!Nsight

Territori della Grafica

START

ILLUSTRAZIONE GUO XU CHENG

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

i Territori della Grafica

REDAZIONE

Ottobre 2014

Pubblicazione Periodica
sede: Accademia di Belle Arti di Roma,
via di Ripetta, n°222
00187 Roma

n°**4**
Pubblicazione Periodica

sede: Accademia di Belle Arti di Roma,
via di Ripetta n°222
00187 Roma

Si ringraziano per la collaborazione:

Massimo Arduini, Carlo Bozzo, Dario Evola, Alessandra Cigala, Rosa Sabina Passavanti, Marco Accordi Rickards, Francesco Mazzenga, Spartaco Albertarelli, Federico Fasce, Elena Prette, Luca Roncella, Gabriella Parisi, Mauro Ceolin, Mauro Salvador, Claudia Molinari, Mauro Pozzi, Gianni Ricciardi, Massimiliano Napoli, Stefano Gualeni, Giovanni Re.

"Maturità dell'uomo significa avere ritrovato la serietà che si metteva nel gioco da bambini."

Friedrich Nietzsche

REDAZIONE

Guendalina Fazioli
Francesca Ceccarelli
Denny Di Pasquantonio
Rita Colonna
Riccardo Pecchioli
Elisabetta Matonti
Martina Gentile
Livio Cacchione
Roberta Carassai
Giovanni Mei
Davide Borgia
Anjala Testacuzzi
Arianna Capra
Sara Boccardi
Gloria Colaianni
Clarice Armiento
Giulia Bernardini
Giuseppe De Gregorio
Simone Cera

contributi di:

Francesco Fazi
Guo Xu
Chaqi Xu
Pierluigi De Furia
Gian Marco D'Eusebi
Valeria Seduta
Natascia Soccio
Cristian Reyes Palangue
Luisa Muccilli
Elisa Merino Vazquez
Guo Xu Cheng
Jessica Grandola
Andrea Angelone
Giulia Ferranti
Giulia Fanelli

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

ILLUSTRAZIONE GUO XU

LUDICAMENTE

a cura di **Enrico Pusceddu**

INDAGARE, CREARE, ANALIZZARE, SPERIMENTARE NUOVE E VECCHIE FORME SOCIALI E COMUNICATIVE, INTORNO AL TEMA DEL GIOCO

Siamo entrati come in molti sostengono, in una nuova era, *l'era ludica*, i giochi sono sempre di più il mezzo di definizione di questo secolo. Nello specifico *Il gioco come sistema di pensiero in grado d'imporre una logica alternativa.* Partendo da questo concetto, si è personalizzato il percorso formativo messo in atto durante questo anno accademico, approfondendo in questo nuovo numero alcuni suoi aspetti. Tanti sono i concetti e gli argomenti presi in esame, storici, mediali, progettuali, rituali organizzativi, disciplinari, educativi, mettendo in evidenza a seconda delle diverse prospettive di analisi i diversi fattori che, nel particolare, ne caratterizzano i suoi molteplici volti, evidenziando come sia difficile descriverlo e comprenderlo con consapevolezza e senza pregiudizi. Il suo carattere metaforico e meta comunicativo, fluttua tra reale e virtuale, riportando in superficie rituali e culti del passato, *paidia e ludus* si susseguono nella consapevolezza di una diversa realtà circoscritta entro certi limiti spazio temporali, trasformando il gioco in *luogo e momento* specifico e profondo, dell'essere umano, riflettendone al suo interno tutta la profondità culturale e l'inesauribile creatività. Basti pensare alla sua relazione con l'arte, scriveva Duchamp "L'arte è un gioco tra tutti gli uomini di tutte le epoche". Il rapporto con i nuovi mezzi e sistemi tecnologici, ibridano sempre più il mondo del gioco con il mondo reale. Il gioco se ben pensato, composto e sviluppato, può migliorare e rendere più efficiente la vita delle persone, ottimizzando e potenziando diversi contesti della vita umana. Il gioco così come la nostra redazione, è esplorazione, condivisione, interazione con l'altro, in modo particolare uno degli aspetti più interessanti cui bisogna mirare è il ritorno alla sua funzione originaria: la funzione sociale del gioco, mettere insieme persone, farle conoscere e relazionare, riunirle in un'interattiva circolazione di senso, ascolto, sguardo, esperienza individuale e collettiva.

SOMMARIO

LO SPAZIO DELL' ESPERIENZA

EVENTI

SEGNALAZIONI

FOCUS

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

INSIGHT

VETRINA TESI

VETRINA STUDENTI

NEWS

“Giocare significa allenare la mente alla vita. Un gioco non è mai solo un gioco.”

Stephen Littleword

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

dal TAVOLO...

incontro con Spartaco Albertarelli

"Il gioco come sistema di pensiero in grado d'imporre una logica alternativa" Albertaelli è con certezza uno dei punti di riferimento dell'universo ludico italiano e non solo, membro dell'International Society for Board Game Studies, un gruppo di ricercatori dediti allo studio di giochi dall'antichità ai giorni nostri, che fa capo al British Museum di Londra. Per Spartaco il gioco costituisce da sempre materia di studio e ricerca, lo dimostrano anche i più dei 130 titoli prodotti, che spaziano tra boardgame e mondo video ludico, negli ultimi tempi, ha ampliato il proprio raggio a giochi online e ad applicazioni di game per tablet. A tal proposito trovo interessante, riportare un passaggio tratto da una sua intervista: "Progetti sviluppati per l'iPad, uno strumento di gioco molto interessante perché a metà strada tra una console e un "tavolo", un mezzo che consente sviluppi creativi che un game designer non può non esplorare". Il suo rilevante percorso lo ha portato nella sua carriera a ricevere ampi e meritati riconoscimenti tra cui, tanto per citarne uno, personalità ludica dell'anno nel 2008. Mi sembra evidente che inventare giochi è la sua passione, e non esiste genere, che non lo abbia visto coinvolto in prima persona nella progettazione o nell'editing, non a caso è diventando in breve tempo responsabile dello sviluppo della linea di giochi da tavolo di Editrice Giochi uno dei massimi editori di giochi da tavolo italiano. Qualche tempo fa ha creato Kaleidosgames, uno studio di progettazione che racchiude al suo interno un gruppo di liberi professionisti in grado di progettare, illustrare e sviluppare qualsiasi genere di gioco, partendo dalla semplice ideazione fino alla produzione finale. Quello che più mi affascina del suo approccio è questo vedere e fare le cose in maniera diversa andando in molti casi, in totale contrasto con le regole della vita quotidiana. "Noi siamo quello che siamo perché giochiamo, l'osservatorio quotidiano ci suggerisce molti spunti, partendo dall'imprevedibilità delle situazioni e guardando la vita fuori dagli stereotipi, modificando con il gioco le sue regole". Il gioco diviene quindi strumento d'interazione, per interagire non solo con l'altro, ma con l'immaginario. E come ci ha sottolineato Spartaco Albertarelli, il gioco tra le tante cose che rappresenta è divertimento, la parola deriva dal latino divertere, che significa allontanarsi prendere un strada diversa, il divertimento si può riassumere nella capacità di prendere quel bivio. Bene penso che dopo questo incontro, ognuno di noi abbia immagazzinato dentro di se, molti incentivi per orientarsi e allo stesso tempo chiedersi se non è arrivato il momento di prendere quel bivio, facendo dell'esperienza ludica un arricchimento del percorso esistenziale che lo porti a osservare e vivere la quotidianità in maniera diversa.

Enrico Pusceddu

il gioco e l'immaginario

LIERE *al* ABLET

ILLUSTRAZIONE FRANCESCA CECCARELLI

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

Gli inizi

Spartaco Albertarelli, nell'incontro con i ragazzi dell'Accademia, spiega il gioco a 360 gradi.
La sua carriera, come spesso accade nei lavori creativi, è iniziata in modo insolito. Dopo gli studi classici, prosegue il percorso universitario frequentando la facoltà di storia. Suo padre era inviato del Corriere della Sera e sembrava quindi che per lui tutte le strade portassero al giornalismo. Coma ha spiegato il game designer: "Ho passato tutta la mia infanzia in giro per le redazioni, sin da giovane bazzicavo in quell'ambiente. Entravo nel mondo del giornalismo dalla porta principale e a circa ventidue anni avevo già il tesserino da giornalista. Quella sembrava essere la mia carriera perché sapevo scrivere abbastanza bene, avevo il papà giornalista e tutto il mondo del giornalismo italiano lo conoscevo: era fatta. Però la mia passione era un'altra. Un giorno mi è arrivata voce che in Editrice Giochi stavano cercando qualcuno che lavorasse per loro. Così sono andato al colloquio e mi hanno fatto quattro domande a trabocchetto, che io conoscevo perfettamente!, e mi hanno proposto di fare quel lavoro. Io ho detto "si" e ho buttato via il tesserino. Ho avuto fortuna e l'incoscienza di prendere una decisione che metteva da parte tutta la tranquillità che offre un lavoro come quello del giornalista."

Il segreto per la realizzazione di un gioco

Albertarelli dimostra di avere un modo particolare di operare, essendo un personaggio estremamente creativo, cerca di vedere le cose in maniera diversa, andando in totale contrasto con le regole della vita quotidiana, perchè guardare la realtà attraverso punti di vista differenti dal solito è la caratteristica fondamentale di chiunque si occupi di game design o, in generale, di qualsiasi lavoro creativo. Spiega che per lui è impossibile non guardare ogni situazione come se fosse tendenzialmente una rappresentazione di un gioco.
"L'ho imparato proprio qualche tempo fa, durante la premiazione di un gioco. All'evento era presente un mio amico, Ennio Peres, matematico e grande esperto di enigmistica. Egli mi fece notare che anagrammando il mio nome e cognome, si ottiene la frase "il celebrato straparla". Attraverso questo gioco di parole, Ennio ha ribaltato quella situazione e l'ha trasformata: tutti i presenti, infatti, invece di continuare a complimentarsi con me, hanno cominciato a prendermi in giro. Attraverso un meccanismo di gioco, aveva cambiato la realtà del momento. Questo è ciò che fa un game designer. Da allora racconto sempre questo aneddoto nelle mie presentazioni, proprio perché serve immediatamente a far capire come la realtà sia la realtà e i giochi siano un'altra cosa."
Ma cos'è il gioco? E sopratutto come si crea un prodotto che sia originale e non banale? Il gioco è l'ideazione di una realtà diversa da quella che conosciamo, e questa realtà si genera cambiando una piccola regola o un dettaglio di ciò

Gioco del Senet

che si conosce già. A questo proposito, Albertarelli racconta un altro aneddoto che chiarisce perfettamente il processo di creazione di un gioco.
"Voglio citare un altro esempio di come si possa cambiare completamente la realtà andando a modificare un piccolo dettaglio. Vi racconterò un episodio che vede protagonista il sottoscritto e Alex Randolph, il più grande autore di giochi di tutti i tempi. Ogni volta che ci incontravamo, mi presentava sempre qualcosa di nuovo e un giorno mi disse: "immagina un percorso lineare e sei corsie divise in caselle. C'è un punto di partenza da un lato e un punto di arrivo da un altro lato. Nel punto di partenza ci sono sei lumachine di sei colori diversi. C'è anche un dado, che anziché avere dei numeri, ha le facce colorate dei rispettivi colori delle lumachine. Ogni bambino sceglie un colore, dopodiché, a turno, ogni bambino lancia il dado e muove di uno spazio in avanti la lumachina il cui colore corrisponde a quello del dado."
Pensai che fosse assurdo che il più grande autore di giochi al mondo avesse creato un gioco così semplice e banale. Ma Alex non mi aveva detto tutto riguardo al gioco. Mi disse: "c'è ancora una regola: vince chi arriva ultimo". Con quattro parole aveva trasformato il niente in un capolavoro di didattica, divertimento e psicologia infantile. Nel mondo delle lumache non vince chi va forte, ma chi va piano. Ma soprattutto, quando il bambino lancia un dado, ha cinque probabilità su sei di muovere la lumaca di un altro bambino. Quindi sta facendo un dispetto ad un suo compagno, ma non è colpa sua! Questo gioco ha venduto circa un milione di scatole, è stato un prodotto di grandissimo successo. Nei parchi di divertimento in Germania è stato ricostruito questo gioco a grandezza naturale, perché è scioccamente divertente! Con quelle quattro parole, Alex ha preso qualcosa di banale e già conosciuto, trasformandolo in qualcosa di sorprendente. Non ha avuto bisogno di decine di pagine di regole, come succede nei giochi di ruolo. Io me lo porto dietro ogni volta che faccio queste straparlate, perchè serve a far capire le dinamiche che sono alla base della creazione di ogni gioco che voi conosciate."

Il gioco e il giocare: simili, ma non uguali

Per far comprendere a fondo il suo discorso, Albertarelli fa una distinzione fra "il giocare" e "il gioco".
"C'è grande differenza tra giocare e giocare un gioco. Io non sono qui a parlare di psicologia, quindi a me non interessa assolutamente nulla del giocare. Vedendo dei bambini che corrono dietro una palla direste che quei bambini stanno certamente giocando, ma se vi chiedessi come si svolge quel gioco, voi non mi sapreste rispondere, perché non avete nessun

punto di riferimento. Quei bambini non stanno giocando a un gioco, ma stanno semplicemente giocando; la regola se la inventano sul momento, perchè i bambini sono i più grandi inventori di giochi del mondo. Tutti noi siamo stati i più grandi inventori di giochi del mondo, e non c'è maniera di diventare un inventore di giochi, basta non smettere.
Ma se vediamo dei bambini che giocano a scacchi sappiamo con molta precisione a che gioco stanno giocando, perché attribuiamo a quel gioco regole ben precise. Quello che a me interessa oggi è proprio questa parola: gioco. Quindi parlo dell'oggetto e non dell'azione. Vi cito Freud, che diceva: "il contrario di gioco non è ciò che è serio, ma ciò che è reale". Quando giochiamo, stiamo facendo qualcosa che è totalmente irreale, siamo fuori dalla realtà e contemporaneamente siamo nella realtà. Ma Freud era uno psicologo e quando parla di gioco, intende il "giocare", non parla dell'oggetto materiale.
Da quella frase, deriva la mia personale definizione di gioco: il gioco è lo strumento che gli esseri umani utilizzano per interagire direttamente con il proprio immaginario, attraverso un sistema di regole che chiedono di essere rispettate."

L'importanza del gioco nella storia dell'umanità

L'essere umano, probabilmente dopo la scoperta dei numeri, ha sempre giocato. Nella cultura dell'antico Egitto, il gioco ha assunto un ruolo importante, se non fondamentale.
"Gli Egizi erano dei grandissimi giocatori, oltre ad essere i protagonisti di una delle culture più interessanti della storia. Questo popolo ha inventato il Senet, antichissimo gioco carico di cultura e significati simbolici. Per loro, però, non era una semplice fonte di divertimento; è proprio da qui che gli uomini hanno cominciato a dare un senso al gioco, raccontando attraverso esso una storia, la loro storia. Nella tomba di Tutankhamon sono stati rinvenuti ben tre Senet e in quella della regina Nefertari sono state ritrovate delle immagini dipinte che rappresentano lei mentre gioca al Senet. Capite l'importanza di quest'oggetto se vi dico che i faraoni portavano nella tomba oggetti fondamentali per intraprendere il viaggio nell'aldilà, e che la settima preghiera del libro dei morti riguarda il Senet. Il defunto, tra le tante azioni, doveva giocare a questo gioco per raggiungere il mondo dei morti e, tra l'altro, questo gioco ha assunto un valore tale da diventare uno dei ventiquattro simboli dell'alfabeto geroglifico egizio. Tra le molte rappresentazioni, esistono anche alcune in cui sono raffigurati un leone e una gazzella che giocano al Senet. Mi è venuto da pensare che forse, per gli antichi Egizi, i leoni e le gazzelle potessero essere i corrispondenti dei "cani e porci", espressione che oggi utilizziamo come metafora per dire che una cosa è molto popolare! Non bisogna stupirsi se, confrontando molti giochi antichi con quelli di oggi, non si notano sostanziali differenze: non è cambiato niente e mai cambierà niente nel gioco, che si giochi su un tavoliere antico o su un tablet, in realtà le dinamiche sono sempre le stesse, cambiano solo gli strumenti."

I dadi e la magia

"La cosa più incredibile dei giochi è che sono degli strumenti collegati fortemente alla magia. I dadi sono il primo elemento di magia, perché noi non abbiamo alcun potere su di essi. Dopo il lancio dei dadi, tutto è deciso dal destino, in antichità si pensava che tutto fosse nelle mani di una divinità. La parola dado, infatti, deriva dal latino "datum", che indica il gesto che si fa quando si lancia l'oggetto. Ma l'esito di questo gesto non è nelle nostre mani, bensì in quelle di qualche entità. Se ci pensate, anche lo sciamano lancia degli oggetti, come dei sassolini, per studiare come si dispongono e, successivamente, predire il futuro.
I dadi venivano molto utilizzati dai romani, i più grandi giocatori d'azzardo della storia dell'umanità. Si sono giocati intere provincie a dadi! Ed ecco che il gioco diventa proibito, perchè sfugge al controllo dell'ordine prestabilito: nasce una sorta di repulsione verso il gioco, come se fosse qualcosa contro la morale. Ma, in realtà, giocare serve a pensare, serve a crescere, perchè quel mondo virtuale in cui ci chiudiamo quando andiamo a giocare, apre la mente. Ma quando non si capisce qualche cosa, la si demonizza. Da sempre, infatti, i giochi sono stati visti in modo sinistro, perchè non tutti riescono a comprenderli."

Perché gli uomini giocano

A questo punto, Albertarelli spiega la funzione del gioco nella vita di un essere umano: apparentemente può sembrare superficiale, ma la sua funzione si rivela di grande importanza. "La piramide dei bisogni di Maslow è uno schema che rappresenta tutti i bisogni di un uomo. L'uomo si muove attraverso una serie di passaggi, ed il primo è quello fisiologico, ovvero l'istinto animalesco di sopravvivenza. Superata questa fase, si passa alla sicurezza fisica, cioè la famiglia, la salute, la morale e la proprietà, poi all'appartenenza e alla stima, e si arriva in cima, all'ultimo gradino, quello dell'autorealizzazione, che comprende la moralità, la creatività, la spontaneità, ecc. Ecco, qui possiamo inserire il gioco, nella sezione dei bisogni che possono sembrare "inutili". Il gioco è la cosa più inutile del mondo, ma come diceva Alex Randolph, noi siamo quello che siamo perchè abbiamo bisogno di cose inutili. Se avessimo bisogno di sole cose utili saremmo alla base della piramide. Ma ci siamo elevati, anche se verso la totale inutilità, come la musica, l'arte, la pittura, la scultura, il gioco. Tutto ciò fa parte di quella massa di cose inutili che però, allo stesso tempo, sono essenziali per l'uomo."

BISOGNI DI AUTOREALIZZAZIONE

BISOGNI DI STIMA

BISOGNI DI AFFETTO

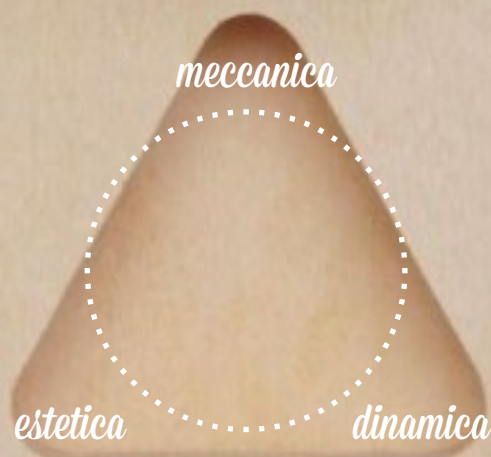
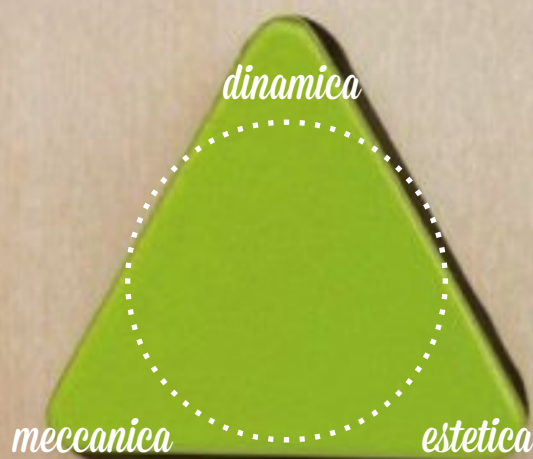
BISOGNI DI SICUREZZA

BISOGNI FISIOLOGICI

La creazione di un gioco

Il processo per la realizzazione di un gioco è collegato a schemi tecnici che sono alla base della maggior parte dei giochi. Albertarelli spiega questo concetto: “Solitamente, nel game design, quando si lavora ad un progetto, si prendono in considerazione due concetti: fortuna e strategia. Questo è un errore che uno del mio mestiere non dovrebbe mai commettere, perchè fortuna e strategia sono due parole qualificanti: se creo un gioco di pura fortuna, non sarebbe apprezzato perchè sembrerebbe troppo infantile. Al contrario, se creo un gioco di sola strategia questo perderebbe tutto il divertimento. Bisogna quindi stare molto attenti a non andare mai in contrasto con quello che è il proprio pubblico, per questo io preferisco usare una terminologia diversa, ovvero controllo e sorpresa. In questa maniera, durante una partita, le azioni che compio sono sotto il mio controllo e, allo stesso tempo, ciò che succede viene determinato dal lancio di un dado, elemento di sorpresa. A metà fra questi due estremi ci sono la maggior parte dei giochi. Personalmente, penso che il gioco perfetto sia quello che permette al vincitore di dire “sono stato bravo” e allo sconfitto “sono stato sfortunato”. Potrei fare un esempio con RisiKo!, essendo da trent'anni l'arbitro nazionale nei tornei. Ogni partita si conclude sempre nella stessa maniera: quello che vince dice di esser stato bravo, mentre quello che perde non si prende mai le proprie responsabilità! Scherzi a parte, se volete inventare un gioco, cercate sempre di partire da quest'idea perchè è una formula di grande successo.
Purtroppo, bisogna anche considerare il fatto che nell'invenzione di un gioco esiste un grande dilemma: il Kingmaker. Storiacamente, il Kingmaker è definito come una persona che ha grande influenza sull'elezione del nuovo re, pur non avendo nessuna possibilità di essere eletto a sua volta. Nel mondo del gioco, il dilemma è di tipo matematico: in un gioco in cui sono presenti più di due giocatori, la vittoria di uno dipenderà, con grandi probabilità, da un giocatore che matematicamente non può più vincere, anche se non è stato ancora eliminato. Ma le sue mosse sono importanti perchè, inconsapevolmente, sta determinando la vittoria di un altro giocatore. Sono aspetti che possono sembrare banali, ma in realtà sono da prendere in considerazione. Esitono, però, giochi che non seguono queste regole che vi ho appena spiegato, ma che sono ugualmente stupendi: è il caso di Hanabi, che significa “fuoco d'articifio” in giapponese. È un gioco di pura comunicazione, che serve per raggiungere un obiettivo in comune. Qui, abbiamo totalmente eliminato il concetto di vincitore, perché tutto si basa sulla storia da raccontare.”

Meccanica, dinamica, estetica e... la storia di base

La realizzazione di un gioco è un processo complesso, che tecnicamente richiede la considerazione di tre concetti di base: meccanica, dinamica ed estetica. "Lo schema che si utilizza nel game design è piramidale: la base è il punto di partenza e la punta è il completamento del tutto. La piramide è circoscritta in un cerchio, e questo serve per "girare" attorno al problema e studiarlo da diverse angolazioni. Alla base della piramide c'è la meccanica e la dinamica. La meccanica racchiude tutte le regole del gioco e le stesse regole creano la dinamica, ovvero il movimento che si crea durante una partita, come ad esempio il lancio dei dadi.
Dopo aver creato la base, si può passare al terzo step: il raggiungimento dell'estetica del gioco. Se meccanica e dinamica si muovono insieme consapevolmente, allora è avvenuta la realizzazione di un gioco. Volendo, i punti si possono invertire, combiando così il punto di vista. Si può partire dalla meccanica e dall'estetica per poi creare la dinamica.
Esiste un altro schema che non riguarda più la parte tecnica, bensì la storia di base. Ogni gioco si basa su questo stesso identico schema narrativo: c'era una volta un re, che mandò un cavaliere a recuperare un grande tesoro, ma nella sua avventura il cavaliere incontrò un mostro mandato da un mago cattivo, nemico del re. È una storia classica per bambini, però abbiamo un protagonista principale e uno secondario, uno scopo, un antagonista secondario e uno principale. Sembra incredibile, ma questo è lo schema che sta alla base di qualsiasi gioco. Ovviamente la storia deve essere ampliata, ma quando si crea qualcosa bisogna sempre partire delle cose più semplici e successivamente elaborarle."

Lavorare nel mondo dei Giochi

In un' epoca come la nostra, ci si chiede sempre più se è possibile trovare lavoro sfruttando le proprie abilità creative. Il game designer afferma che è possibile se si possiedono le giuste qualità, come volontà, creatività e un pizzico di fortuna, "Vi racconto la storia di Kaleidos, uno dei giochi che ho venduto di più. L'ho pubblicato nel 1995 la prima volta, ma cinque anni fa è nata una nuova edizione da un incontro con due ragazze che stavano lavorando ad una tesi sul gioco. Propongo loro di realizzare delle illustrazioni per questo gioco, e loro accettano. È stato davvero un lavoro faticoso, ma io dissi che, una volta finito, avremmo presentato il tutto a un editore e che, se fosse stato apprezzato come gioco, avremmo lasciato all'editore tutto il necessario per la realizzazione a costo zero. Ma se questo gioco fosse diventato famoso, avremmo guadagnato molti soldi all'anno. E così è stato. Questo gioco produce mediamente, ogni anno, tra i 12 e i 16 mila euro di royalty, che ci dividiamo. Ci sono voluti un anno di lavoro e due di attesa, prima di vedere i soldi, ma ora arriva annualmente un assegno a casa di queste ragazze di un lavoro che hanno fatto ben cinque anni fa! Vi racconto questo per dirvi che anche voi dovete cercare di lavorare con la fantasia e proporvi al di fuori degli schemi!
Ricordate che "il sognatore è un uomo con i piedi fortemente appoggiati alle nuvole" come affermava Ennio Flaiano. Io trovo bellissima questa citazione perchè contemporaneamente dice: "io sono un sognatore, sto sulle nuvole, però non volo. Ho i piedi piantati, invento giochi, ma li voglio vendere. Voglio farlo diventare un prodotto e posso usarlo per insegnare ai bambini o per divertire le persone."
Rompete gli schemi e cercate di proporre qualcosa di particolare. Investite su voi stessi perchè l'ambiente del gioco è un ambiente che ha bisogno di gente come voi! Chi l'ha fatto ha trovato anche un lavoro, non stabile, certo, però è possibile divertirsi e, allo stesso tempo, portare a casa dei soldi, e tutto questo lavorando in un mondo, quello dei giochi, che spesso e volentieri viene considerato qualcosa di secondario, di inutile e di inesistente. Invece è un mondo importante perchè quello che avete in mano, come tablet e cellulari, sono degli strumenti di gioco straordinari che hanno bisogno del vostro lavoro!
Sta aumentando fortemente la consapevolezza da parte dell'intero mondo del fatto che i giochi sono una parte integrante della nostra vita quotidiana, e, anche se il gioco è un prodotto completamente inutile, nello stesso tempo è necessario, altrimenti non passeremo le nostre ore a giocare! Ragionateci sopra, ragazzi, perchè voi avete in mano una grande arma e una grande possibilità. Considerate il mondo del gioco come un possibile sfogo della vostra creatività. Grazie a tutti!"

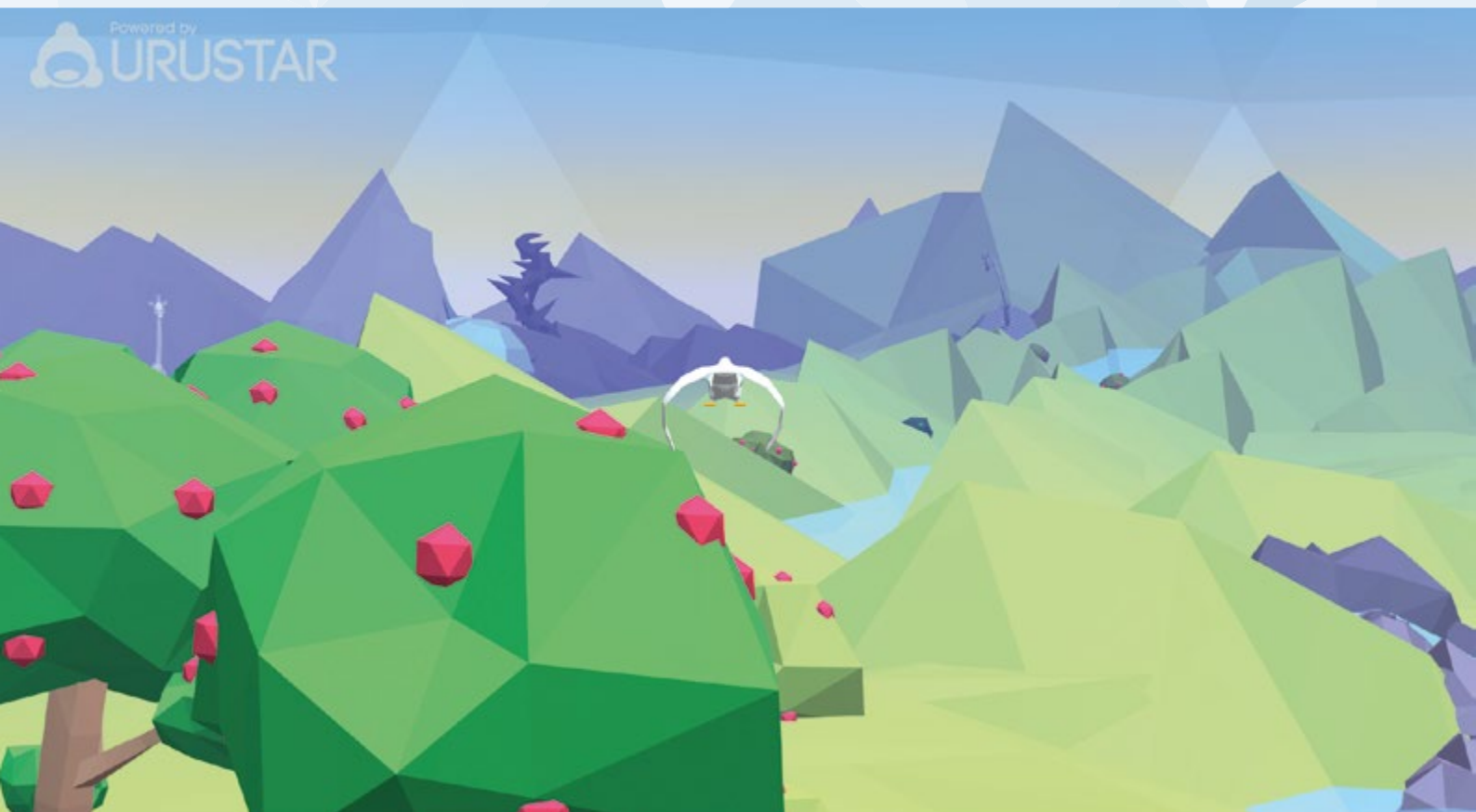
ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

LE REGOLE DEL GIOCO

Il gioco come sistema di pensiero in grado d'imporre una logica alternativa.

Federico Fasce è il co-fondatore e direttore creativo di Urustar, un team di game design che si occupa di sviluppo di giochi indipendenti con sede a Genova.

Game designer interessato all'applicazione di tecniche ludiche all'interno di svariati campi il gioco è per Federico una forma di sperimentazione continua, dai giochi digitali, a quelli da tavolo, all'urban game.
Siamo entrati in una nuova era, l'era ludica, i giochi sono sempre più il mezzo di definizione di questo secolo, trovo molto interessante a tal proposito, il ritorno del gioco alla sua funzione originaria, la sua funzione sociale, ossia mettere insieme persone, farle conoscere, relazionare e allo stesso tempo non è da sottovalutare, il rapporto con i nuovi mezzi e sistemi tecnologici, che ibridano sempre più il mondo del game con il mondo reale. Il gioco se ben pensato, composto e sviluppato, può migliorare e rendere più efficiente la vita delle persone, ottimizzando e potenziando diversi aspetti della loro esistenza.
Negli ultimi anni abbiamo avuto uno sviluppo considerevole di modi e ambiti diversi nelle quali si riversa l'esperienza ludica, ad esempio l'Urban Game. Lo definirei un valido esempio di come esplorare e vivere il tessuto urbano, in maniera diversa, rispetto alla normale routine.
E allora proprio partendo dalla possibilità di usufruire in maniera alternativa e giocosa, del nostro territorio a portata di mano, il tutto può tradursi nella possibilità di dare nuova linfa e far rivivere in maniera diversa e alternativa, il patrimonio artistico italiano e le bellezze del nostro bel Paese, traendone in un momento difficile come stiamo attraversando vantaggi. Basti pensare a come si potrebbero sviluppare giochi urbani da praticare all'interno delle città, nei musei, o in spazi monumentali.
Altra forma interessante da evidenziare, la pratica introdotta dai News Game un fronte nuovo sul come applicare l'esperienza – gioco, al fine di raccontare in maniera insolita la notizia.
Nel gioco il giocatore esplora e nello stesso tempo impara delle cose, punti di vista diversi, opinioni e approfondimenti, rendendo l'individuo più consapevole dell'informazione.
Non è a caso, che un altro fronte nel quale il gioco sta implementando la sua ricerca è quello strettamente educativo. Un gioco può attraverso il suo sistema avere diverse funzioni: insegnare delle abilità in maniera coinvolgente, incrementare la concentrazione.
E come non rimarcare la condivisione della conoscenza, come ha rilevato Federico a proposito degli sviluppatori indipendenti, "per esistere e mettere a frutto le proprie capacità bisogna essere in grado di condividere le conoscenze e le competenze".
E allora per chiudere, un grazie a Federico per aver condiviso con noi le sue conoscenze e la sua esperienza.

Enrico Pusceddu

NELL'UNIVERSO DEI VIDEOGAME

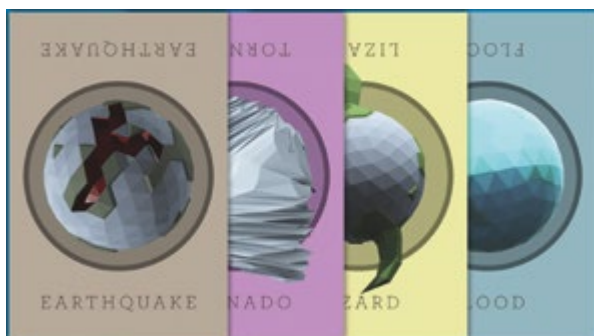
IL GAME DESIGNER **FEDERICO FASCE**, CODIRETTORE DI **URUSTAR**, *ci guida in questo percorso di conoscenze ed esperienze.*

IL GIOCO SECONDO FEDERICO

Un sistema in grado di generare emozioni, attraverso le azioni dentro uno spazio virtuale. Una definizione utile, quando si deve spiegare cosa si fa quando si crea un gioco. Parlando di sistema, si intende qualsiasi cosa che sia in qualche modo strutturato attraverso regole e, in questo caso, attraverso codice e altri elementi. Il gioco deve essere un sistema che generi **emozioni** ed è proprio il generare emozioni il fulcro su cui si basa tutto il lavoro di Federico e il suo team. Ma le emozioni generate non sono per forza quelle positive: indirettamente il gioco, ci provoca frustrazione, rabbia, ansia, adrenalina, non solo il divertimento. Generare emozioni è un termine che avvicina il videogioco a tutte le altre forme d'arte quali musica, letteratura, cinema, teatro. Tutto questo è possibile grazie all'**interattività**, ovvero la possibilità offerta a chi sta giocando, di entrare a far parte di questo sistema, modificandolo e generando quello che **Chris Crawford**, uno dei primi ad aver studiato videogiochi, definisce come dialogo tra game designer e giocatore, cioè il videogioco permette a chi lo crea di dialogare con un pubblico, il quale risponde al creatore attraverso l'interattività, il tutto all'interno di uno spazio virtuale.

L'azienda
Nasce il 5 maggio 2010 a Genova con l'obiettivo di diventare un polo di progettazione e produzione di giochi per tutte le piattaforme. Browser game indirizzati all'advertising, giochi online con finalità educative, applicazioni ludiche per smartphone e pervasive game organizzati nell'ambiente cittadino sono solo alcuni degli scenari possibili.
Il team
Federico Fasce, Marina Rossi, Alessandra Carboni, Lorenzo Pigozzo
Risultati raggiunti
[2013] Finalisti al Bosch Art Game contest (Zwan)
[2012] Ammessi alla fase finale del Premio Archimede 2012 (Tale of Tails)
[2012] Progettazione di live game sulla condivisione dei dati personali in rete (Privacy Traders)
[2011] Vincitori di Chrome Web Store Contest (categoria: giochi)
[2011] Design e art per PotionMotion (pubblicato su App Store)
[2010] Produzione di un Alternate Reality Game promozionale per Microsoft (Caccia alla Traccia)
[2010] Produzione di un learning tool in chiave ludica all'interno del progetto europeo FEPIC (Università di Bologna)

LO SPAZIO VIRTUALE

Lo **spazio virtuale**, è stato definito da un antropologo ungherese Johann Huizinga, a fine degli anni '50, come un cerchio magico, una zona mentale, uno spazio in qualche modo di negoziato condiviso tra le persone, in cui per un attimo vengono sospese le regole del mondo normale per accettarne delle nuove, che sono poi, quelle del gioco. Difatti se noi pensiamo a un videogame a cui abbiamo giocato effettivamente contiene delle regole, che non esistono nel mondo reale, che però noi accettiamo come fossero reali, nel momento in cui entriamo in questo sistema. È uno spazio virtuale esattamente come qualsiasi tipo di ritualità che si trova all'interno di tante azioni umane. L'antropologo paragona ad esempio il gioco alla religione, perché funziona esattamente allo stesso modo. In effetti il gioco è una delle attività dell'uomo più antiche, i primi esempi di giochi risalgono a prima della scrittura: l'uomo ha imparato a giocare prima ancora di iniziare a esprimersi e a scrivere, quindi una forma espressiva antichissima, che affonda tra l'altro le sue radici, proprio nella ritualità.

ZWAN

Zwan è un gioco realizzato da Urustar, per un concorso in cui si chiedeva di creare un videogioco che parlasse dell'arte del pittore olandese Hieronymus Bosch. Così il Team ha creato un mondo in 3D, ispirato al "giardino delle delizie", famosa opera dell'artista, in cui ci si muove con un cigno, rappresentazione di Bosch. Man mano che il cigno si ferisce, il mondo comincia a decadere, partendo quindi da una situazione molto tranquilla, quasi bucolica, fino ad arrivare alla terra e concludendo poi all'inferno. Il concept è ispirato alla poetica di Bosch, una sorta di transizione eterna partendo dal giardino dell'Eden alla terra per raggiungere, prima o poi, l'inferno.

La grafica è molto particolare e il gioco presentato alla fondazione Hieronymus Bosch, è arrivato in finale.

La sfida è stata tradurre la visione pessimistica della religione di Bosch non solo attraverso la riproduzione estetica, ma anche all'interno della meccanica di gioco. Ciò ha trovato soluzione tramite un sistema in cui per potersi muovere all'interno del gioco è necessario ferirsi.

Problematiche attuali nei videogiochi

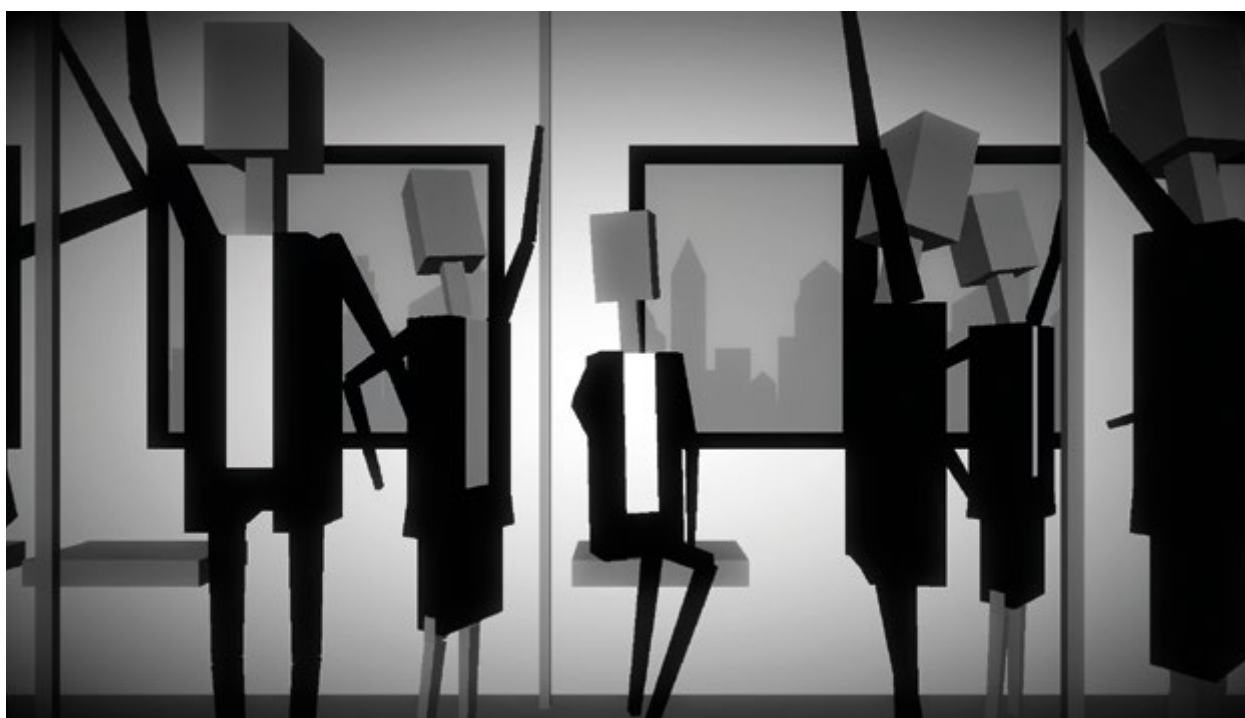
L'ACCESSIBILITÀ

Non bisogna trascurare l'accessibilità, ci sono dei giochi che si perdono perché usano il rosso e il verde, rendendosi ingiocabili per i daltonici: il problema è risolvibile cambiando la forma dei tasti. A volte basta veramente poco per renderlo accessibile ai non udenti ma anche ai non vedenti, pensateci... il vostro gioco arriverà a più persone. Ci sono persone che vorrebbero giocare, ma non possono farlo perché una piccola limitazione e una piccola differenza di percezione rendono un prodotto ingiocabile, ed è stupido che sia così.

PROBLEMA TRIPLA A

Il problema tripla A, ovvero i giochi che oggi vengono da grosse multinazionali, con tempi di sviluppo che vanno dai 3 ai 5 anni per prodotto, arrivando sugli scaffali ad un prezzo di circa 60 euro e non devono solo rientrare nei costi ma devono mantenere team di 100-700 persone. Il mercato dei giochi è in continua espansione, ma non esiste solo quello mainstream. Difatti nonostante l'evoluzione straordinaria che hanno avuto i videogiochi negli ultimi undici anni, dalla fine degli anni '90 fino ad oggi più o meno, si è avuto un appiattimento e un impoverimento di inventiva, e quindi un' omologazione delle tematiche trattate, perlopiù sportivi o "sparatutto".

OMOLOGAZIONE DEI PERSONAGGI

Un' altra problematica è "l'incredibile diversità dei protagonisti dei videogiochi", ironico ovviamente, tutti maschi bianchi sulla trentina, sicuramente questo tipo di personaggio piace, ma perché? L'espressione più evidente del problema della diversità, è data dal fatto che i protagonisti sono tutti maschili, sebbene il 47% dei videogiocatori siano ragazze, solo il 15% dei personaggi dei videogiochi sono femminili. Quindi, c'è un problema: una parte forte e importante di chi gioca non è rappresentata nei videogiochi. In aggiunta c'è da dire che solo il 12% delle persone che lavorano nell'industria dei videogiochi, è di sesso femminile, quindi si tratta di un' industria, dominata da giovani maschi bianchi eterosessuali, poiché superati i 35 anni probabilmente non si ha più la voglia di lavorare 24 ore su 24, sette giorni su sette, con dei ritmi assurdi, per poi essere "una parte di un ingranaggio microscopio di una macchina gigantesca". Continuando, i personaggi neri dei videogiochi sono il 9,7%, i personaggi multirazziali sono il 3,7% e gli asiatici addirittura l'1,7% e non sono una piccola parte di chi gioca, ma una parte enorme. Continuando con il paragone però, ad esempio, i bianchi sono un pochino più rappresentati nei videogiochi, rispetto a quanti ce ne siano effettivamente a giocare. Questo ha aperto delle polemiche, le quali dicono che ci sono più persone di quell'etnia che giocano quindi è normale che siano più rappresentate in realtà, però non è proprio così. Gli ispanici non sono totalmente rappresentati, nel mondo dei videogiochi, eppure sono una parte consistente della comunità americana. Facciamo riferimento alla comunità americana perché il grosso di questi giochi viene dagli Stati Uniti, quindi è normale che trasportino al loro interno il modello culturale statunitense, anche se ormai le aziende sono diventate multiculturali e al loro interno lavorano persone che arrivano ormai da tutte le parti del mondo, però nonostante questo, c'è comunque un problema proprio di rappresentazione.

INDIE

Da un po' di tempo a questa parte, si è affacciato sul mercato dei videogiochi un altro tipo di approccio, quello **indie**, quello degli sviluppatori indipendenti dei quali fa parte anche Urustar. A partire da 5-6 anni fa, hanno iniziato a venir fuori degli strumenti che rendevano più facile l'accesso alla produzione dei videogiochi, non solo tecnologici, ma anche di tipo economico e di accesso alle piattaforme; pensate solo a cosa ha fatto l'App Store quando ha aperto al pubblico la possibilità, con un versamento di 100 dollari, di pubblicare quello che si voleva. Quindi c'è stato un abbattimento delle barriere. Ma anche se c'è stato questo abbattimento, d'altra parte le difficoltà nell'emergere in uno scenario del genere sono aumentate. Con l'arrivo di internet tutto è cambiato, adesso i giochi si possono scaricare, comprare su Steam o su altre piattaforme e quindi sparisce in parte il problema della distribuzione ma rimane quello del marketing e della promozione.

RACCONTARE IL PROPRIO MONDO

Il proprio gioco risulta molto interessante se parla di argomenti che si riferiscono alla vita del programmatore, anche toccando argomenti difficili.

Ad esempio, **"Dys4ia"** di **Anna Antrophy**, sviluppatrice transessuale che ha raccontato la disforia, cioè quella sensazione che si prova quando ci si rende conto di appartenere a un genere che non corrisponde al proprio sesso biologico, attraverso il linguaggio dei giochi. Studiando tantissimo i giochi ha creato un gioco che facesse comprendere agli utenti il percorso emotivo di un transgender, dal rapporto con sé stessi e il mondo esterno, allo shock della terapia ormonale.

SOFTWARE

Primo livello

Twine- Programma per realizzare una narrativa interattiva tramite collegamenti ipertestuali nella forma di pagine web. Twine permette la biforcazione delle trame seguendo il modello dei libro game e dell' avventura testuale.

Stencil- Utilizza un sistema basato su un codice costruibile attraverso blocchi che possono essere combinati solo in certi modi, guidando l'utente, nella maniera corretta, nella costruzione del codice.

MiniMaker- È basato sullo scripting, quindi un piccolo linguaggio di programmazione molto semplice da imparare.

Secondo livello

Unity- È il migliore nel campo indipendente, lo usano tutti. È uno strumento molto potente per creare giochi, ma per utilizzarlo è necessario sapere un po' di programmazione. Unity ha un asset store (negozio) in cui con pochi soldi si possono comprare dei pezzi di gioco già fatti da modificare.

Processing- É un java semplificato con cui si fa grafica.

Livello Pro

***Raspberry Pi*, Arduino, Arduino Explora-** Si possono costruire dei controller alternativi, ci sono persone che hanno creato dei Twister digitali modificando i tappetini dei giochi di ballo. Giocare con queste cose ne vale la pena!

UNO SGUARDO SUL FUTURO

In questo momento è di moda il "wearable"! Tutti lo fanno, la sensoristica è andata molto avanti, è un campo in cui gli sviluppatori di videogiochi (soprattutto indipendenti che si dedicano ad argomenti borderline) stanno lavorando tanto. Il senso di tutto questo è che queste sperimentazioni servono a rompere gli schemi e creare qualcosa di diverso e innovativo. Fare un gioco perché se ne sente il bisogno, anche a livello hobbistico, anche senza primo obiettivo quello di diventare milionari, aumenta la conoscenza che c'è nell'industria e la possibilità che l'indomani si possano vedere giochi anche tripla A un po' più interessanti. Quindi, il vostro gioco fatelo personale, parlate di voi.

La tecnologia ha un ruolo fondamentale, però è solo un'aspetto del prodotto finito, farne diversi usi e sperimentazioni potrebbe essere interessante e stimolante. Tutta via, questo non succede quasi mai, per un motivo molto semplice e molto rispettabile. Nella tripla A si hanno budget di 80, 90 milioni di euro che bisogna coprire. È molto difficile investire nelle innovazioni perché non sono garanzia di vendita. Quindi è rispettabile e giusto che loro facciano un ragionamento di rientro nei costi. Se non lo facessero avremmo gente senza stipendio.

Quindi il punto, semmai, è: quello che può fare lo sviluppo indipendente è generare nuove idee e sperimentarle. Nel momento in cui queste funzionano, sicuramente Tripla A trasporterà questa idea nel suo mondo. **Questo scenario sarebbe già un grosso risultato. Quindi, provate a fare cose diverse dal solito!**

Start!

LA GAVETTA DELLO SVILUPPATORE

Per fare un gioco serve della programmazione (anche minima), della grafica, un'idea e un design, un minimo di progettazione di quello che si vuol fare e una colonna sonora.

È importante non iniziare con lavori troppo complessi. La cosa più piccola alla quale si sta pensando è già troppo complessa. Perciò per imparare si deve iniziare dal basso, da cose molto semplici e iniziare a capire quali sono i meccanismi che ci sono dietro. All'inizio non si capirà niente, bisogna provare a realizzare un piccolo prodotto, magari anche copiando e incollando codici di altri fino a raggiungere quel qualcosa che scatta, che fa dire "L'ho capito!". La cosa peggiore che si può fare quando ci si approccia al codice è scoraggiarsi e dirsi "non riesco a fare niente!". È normale. Hanno iniziato tutti così, soprattutto chi sta nel campo indipendente, la cosa bella è che **c'è una comunità che non ti giudica per le capacità tecniche ma più che altro per quello che hai da dire, ed è la parte più bella di appartenere a questa comunità.**

È difficile portare alla realtà ciò che hai in mente. Molto spesso si ha in testa qualcosa che funziona benissimo, poi una volta fatta, fa schifo. Succede, bisogna mettere in discussione le proprie idee e non dire "io voglio che sia così, per forza", anche se era l'idea centrale del gioco.

C'è questo detto nel campo del game development: **"I primi dieci giochi che fai, faranno schifo".** Si nasconde spesso questo dato. Per esempio **Rovio**, gli sviluppatori di **Angry Birds**, stavano fallendo e venivano da cinquanta giochi fallimentari su piattaforma mobile prima di realizzare il videogame che li ha portati al successo. Gli sviluppatori di **Minecraft**, venivano da vent'anni di sviluppo hobbistico.

È meglio finire un gioco brutto o con dei problemi, perché è da lì che si vedono gli errori da non commettere e i punti deboli del prodotto, le cose vanno fatte e provate per fare esperienza; e se non si hanno nozioni di programmazione, **prendete dei dadi e una penna e fate un gioco da tavola, va bene lo stesso!**

UN ESERCIZIO

Copiate un codice molto semplice, l'ottimale sarebbe fare un percorso storico, partendo dai primissimi video game, per poi passare agli anni '80 e '90. Bisogna procedere per difficoltà, iniziate per esempio con i più semplici di tutti, Pong o Space Invaders, e poi magari fate un upgrate di un labirinto, così da incontrare le difficoltà e capirle man mano.

Il game development in generale è un processo interattivo.

Bisogna avere il coraggio di analizzare il proprio lavoro e dire "Ok, non funziona", oppure "Va bene, cosa posso cambiare per fare ancora meglio?". È un buon momento di crescita condividere il proprio lavoro e far giocare i propri amici. Guardarli interagire con il proprio gioco indicherà

gli errori fatti e non notati perché secondo il proprio schema mentale il gioco funziona perfettamente.

Il concorso di Hieronymus Bosch era organizzato molto bene, la giuria era composta da professionisti del settore indipendente, che conoscevano molto bene l'ambiente, tra questi c'era anche Proteus. Nonostante il loro talento, i giurati non hanno fatto gli snob ma hanno fin da subito, familiarizzato con il gioco, creando un feedback, chiedendo chiarimenti e dando consigli. È un atteggiamento che fa crescere in una maniera esponenziale.

Ad un certo punto, però, bisogna fermarsi. Andare avanti in eterno cercando di migliorare un singolo gioco diventa controproducente. Il gioco viene chiuso così com'è, con i suoi difetti, magari si clicca su internet, si fa vedere ad altre persone però è necessario prendere un foglio bianco e cominciare con qualcosa di nuovo perché è importante fare tante cose, provare tante cose diverse. Quello è assolutamente fondamentale. Può essere utile redigere un "Post Mortem". I Post Mortem sono documenti che molti sviluppatori scrivono quando finiscono un gioco, per staccarselo di dosso una volta per tutte, in cui scrivono quale è stato il processo di sviluppo del gioco, cosa ha funzionato e cosa non ha funzionato. Ne vedrete moltissimi che dicono "questo gioco è uno sparatutto ma è iniziato come uno strategico a turni.".

ABBATTERE I MOSTRI

Iniziare a pensare di non farcela blocca soltanto il lavoro. Bisogna provare a far qualcosa con quel poco che si ha a disposizione. Al più si otterrà un prodotto brutto che presto supereremo. Il codice fa paura ma serve, è una cosa molto metodica, che necessita di coraggio e applicazione, per poi poter diventare un' incredibile strumento creativo, come un pennello o una matita. Anche la matematica è un altro spauracchio, ma quella utilizzata dai videogiochi è molto semplice, non si va mai oltre un vettore, che di fatto è un punto nello spazio, e forse un po' di trigonometria di base. Sono cose di una facilità da apprendere molto più accessibili di quello che sembrano.

URBAN GAME

Urustar si è interessata fin dall'apertura della società di Urban game. La prima committenza è stata da parte della città di Urbino, che per pubblicizzare la nuova copertura Wi-Fi, ha commissionato una specie di caccia al tesoro che si svolgesse sia via internet e sia nelle strade. I giocatori interagivano attraverso un blog con dei personaggi che proponevano enigmi da risolvere visitando la città. Le risposte venivano inviate al service che le controllava. Dopo Urbino è stata la volta di San Francisco, dove il team ha lavorato con **Jane McGonigal**, una designer californiana che ha lavorato tantissimo sugli urban games, per aiutare le persone a uscire fuori di casa a correre e interagire tra loro. Tornati in Italia, Urustar ha realizzato un gioco che si svolgeva durante le assemblee d'istituto nelle scuole superiori, chiamato "Privacy traders" in cui si cercava di spiegare ai ragazzi cosa significasse mettere dati personali sui social networks trasformando il dato in moneta.

Ispirarsi agli urban game e ai folk game è la nuova frontiera: sarebbe interessante, qui in Italia, **sperimentare i giochi di strada delle varie regioni e scoprire come questi possano interagire con la tecnologia** e trasformarsi in eventi che possano invogliare la gente ad uscire di casa e socializzare, ricreando nel gioco la sua funzione di aggregatore sociale.

MONEY

L'aspetto economico è molto importante. Il romanticismo va bene fino ad un certo punto, non si può essere tutti starting artist, bisognerà pur mangiare. Il mondo è governato dall'economia quindi bisogna trovare il modo di guadagnare anche con i videogames. Se si intraprende questa strada, è solamente per passione e si possono fare giochi anche solo per piacere personale. È il lato hobbistico. Poi ci sono quelli che vogliono far diventare la passione una professione, allora bisogna pensare anche a come guadagnare. Per far questo ci sono due strade:

I free to play

Sono i giochi che si trovano su Facebook, quelli che servono a far soldi. È un lavoro come un altro farli, non si vìola nessuna legge, ma non fanno bene all'industria, perché generano una serie di prodotti che mirano soltanto a sfruttare la psicologia delle persone a giocare d'impulso. Inoltre non hanno del vero contenuto. Tra l'altro non fanno avanzare l'industria del game perché non aggiungono niente di nuovo, sia in termini di narrazione sia di tecnica, sono la copia di giochi usciti anni prima che però non ti infastidiscono con pubblicità o richieste come : "disturba tutti i tuoi amici ogni tre secondi per andare avanti di livello", ti fanno giocare.

L'indie

Poi c'è la scelta di fare giochi per guadagnare e reinvestire per poter continuare a svilupparne altri. Cosa che hanno fatto i due programmatori olandesi **Vlambeer,** (giovanissimi, Rami Ismael ha 24 anni). I due avevano deciso di **fare videogame in un modo tale che permettesse loro di guadagnare i soldi necessari per continuare a farlo.** Hanno realizzato diciotto giochi in tre anni. Hanno iniziato con "Super grate box" che è stato anche realizzato per PSP Vita. I due sviluppano un prototipo che lanciano su internet gratis. Se la risposta è buona, lanciano la versione deluxe da comprare. Il loro gioco più conosciuto è "Radical fishing". Il loro stile è molto old style. La grafica della seconda versione del gioco, **Ridiculous fishing**, è stata curata dal grafico Greg Valger. Con questo gioco vincono l'igf e l'Apple Design Awards per il miglior gioco nel 2013. Dopo un anno, Vlambeer realizzano **Luftrauser,** un gioco in cui si spara da un aereoplano, e rientrano in tre giorni dei costi di spesa e di un anno e mezzo di inattività. Bisogna precisare che il loro **Free to play è davvero tale**: per avanzare di livello si utilizza la valuta interna del gioco che si ottiene, per esempio in Ridicolous fishing, pescando pesci. Come ben si sa, nei giochi on line i livelli successivi al primo vanno comprati. Se si vuole programmare videogiochi per far soldi il consiglio è di non aprire un'azienda, ma farsi assumere dalle aziende specializzate (come Zinga), perché il mercato è molto

instabile, IOS è saturo e quindi è difficile emergere. Molte start up sono bolle speculative.

SERIOUS GAME

Sono quei giochi che vogliono trasmettere un insegnamento su tematiche sociali, **l'equivalente ludico del docufilm**. Fuori Italia questo genere di videogiochi è molto sviluppato. Dapprima i serious game erano totalmente free, sviluppati su commissione dei giornali, e dei ministeri, ma non avevano poi questa valenza in fatto di giocabilità. Ma a oggi c'è una nuova generazione, slegata dalle committenze, commerciale, tuttavia di buona qualità. Uno dei più interessanti è **" Paper Please"** di **Lucas Pope** (www.dutchpope.com), in cui il giocatore veste i panni di un agente di frontiera di un paese con regime totalitario. Durante il gioco bisogna essere sempre più veloci a controllare i documenti dei migranti per mantenere alto il proprio stipendio e quindi il tenore di vita della propria famiglia, cercando di adeguarsi alle nuove leggi che via via verranno indette dallo stato. È interessante scoprirsi fino a diventare man mano più freddi, cinici e cattivi nei confronti delle persone che ci si presentano davanti. È stato un ottimo prodotto proprio perché ti fa capire cosa potrebbe provare un vero agente di frontiera, e quindi **riflettere, mantenendo comunque una buona giocabilità**. Il gioco è stato presentato ed ha vinto il premio all'ultima edizione di "Games for Changes Festival" a cui ha partecipato anche Urustar. È stato interessante notare durante la manifestazione il salto di qualità già citato precedentemente.

AFFERMARSI NEL CAMPO

Per arrivare a far soldi con i giochi serve prima fare molta esperienza e farsi conoscere. Un ottimo terreno di crescita sono le community on line. Il marketing svolge un ruolo fondamentale; parlando di tripla A, per "The Last of Us" si è investito molto in pubblicità. I Vlambeer sono molto attivi sui social networks e scambiano continuamente opinioni con i loro fan. Nell'ambito indie c'è un forte interscambio di opinioni e ruoli, in effetti il giocatore molto spesso è anche sviluppatore. Oggi è il passaparola, il tweet, che crea il fenomeno e determina il successo.

INDIE E TRIPLA A: GUERRA O CONVIVENZA?

Molti sviluppatori che lavorano in tripla A sperimentano poi nell'ambiente indipendente, ed è facile, come già visto, che un gioco indie diventi virale e commerciale. Sta sparendo la divisione tra tripla A e Indie? Si sta imbastardendo il termine indie? Ma soprattutto, cosa significa Indie? **Indie è innanzitutto un termine ombrello, vuol dire tutto e niente, determina non tanto una nicchia ma il comportamento dello sviluppatore**. Si è tanto più indipendenti quanto si sente di meno l'influenza di gruppi come fanbases, pubblishers e youtuber. Si sta andando verso una commistione sempre maggiore tra tripla A e indie, perché è concime per l'industria, serve a crescere e svilupparsi. Non serve creare nicchie chiuse e rimpiangere i tempi in cui la distinzione tra indie e tripla A era più netta, o lamentarsi perché ora il mercato è molto libero ed accessibile. Come già detto, ci sarà sempre il cattivo prodotto e quello buono, bisognerebbe piuttosto chiedersi: **tutti possono pubblicare tutto, è una notizia cattiva ma anche buona, come posso sfruttare la situazione a mio vantaggio?**

Il gioco è un mezzo espressivo da utilizzare a seconda di ciò che si vuol fare, in questo senso è stato interpretato da **Bennet Foddy,** che sviluppa videogiochi ma è professore alla New York University o **Pippin Barr** che fa giochi per creare arte.

CREARE COSCIENZA CRITICA E NON FALSI MITI

È importante creare consapevolezza nella stampa, sia specializzata che generalista. Poco tempo fa è apparso sul Corriere della sera il caso di **"2048",** un puzzle game realizzato da un ragazzo italiano di 19 anni, Gabriele Cirulli diventato poi virale. In realtà il ragazzo ha clonato il gioco "Threes" degli sviluppatori americani Asher Vollmer e Greg Wohlwend, cambiando qualche dettaglio. Ciò che è sbagliato è stato crederlo l'inventore del codice, quando ciò non è vero. Cirulli ha fatto quello che fa qualsiasi sviluppatore hobbistico che sta iniziando la carriera, ovvero **l'esercizio di copiare il codice** e capirlo tramite la modifica di alcune sue parti. Sarebbe bastato fare una ricerca su internet per venire a conoscenza del fatto e ridimensionare il fenomeno senza intaccare né il successo del gioco né il lavoro degli statunitensi. Serve gente che selezioni le informazioni e i materiali con **senso critico** per poter far crescere l'ambiente.

L'IMPORTANZA DEL CONCEPT ARTIST

Nell'indie la differenza tra programmatore e concept artist è molto labile, bisogna riuscire a fare più cose, anche perché nelle aziende indipendenti si lavora anche in quattro.

COME CI SI PROPONE A LIVELLO LAVORATIVO?

Bisogna avere un buon portfolio e un buon book, saper spiegare il codice e le sue limitazioni. L'illustratore deve sapere un po' di programmazione per favorire il lavoro al team, che come abbiamo già detto, potrebbe essere anche molto ristretto.

Per concludere questo viaggio nell'universo del game, voglio segnalarvi 10 videogames indie assolutamente da provare Buon divertimento.

TOP INDIE GAMES EVER

10 videogames indie da provare assolutamente!

QWOP
Bennett Foddy, 2008

Guida lo scoordinato atleta lungo i suoi 100 metri. Controlla le sue gambe con Q,W,O e P e fallo arrivare il piu lontano possibile. Facile no?

Broken Age Vella
Double Fine Production,2012

Nei panni di Vella, combatti la tirannia del suo paese, sconfiggendo Mog Chothra, l'orribile mostro.

Proteus
Ed Key, 2012

Siediti e goditi il paesaggio, i cambiamenti metereologici e il passare delle stagioni. Nessuna fretta. Nessun nemico da sconfiggere.

Ridiculous Fishing
Vlambeer, 2010

A cosa serve pescare pesci quando gli puoi sparare con un bazooka? prendine più che puoi, accumula punti e rinnova il tuo inventario.

MirrorMoon.
Paolo Tajé e Santa Ragione, 2012

È un gioco d'esplorazione spaziale e allo stesso tempo un puzzle game. Si svolge tra un pianeta rosso e la sua luna.

Dis4ia
Anna Anthropy, 2012

Il giocatore attraversa in prima persona le complesse emozioni che agitano la vita di un transgender.

Journey
Thatgamecompany, 2012

Assumendo i panni di un viandante, affronta rovine, deserti e misteri. Scopri lo scopo del gioco e chi sei, con la compagnia di altri come te.

Lovers in a Dangerous Spacetime
Asteroid Base 2014

Esplora una galassia viaggiando su una navicella al neon. Solo il lavoro di squadra ti permetterà di vincere... la convivenza non è mai stata così difficile!

Spaceteam
Henry Smith, 2014

Ti piace schiacciare bottoni mentre urli ai tuoi amici? Si? Allora potresti avere quello che serve per entrare a far parte di uno Spaceteam!

Papers, Please
Lucas Pope, 2013

Un agente di frontiera di una nazione a regime totalitario deve controllare più passaporti possibili per non farsi decurtare lo stipendio. Quanto diventerai cattivo?

ILLUSTRAZIONE GIULIA BERNARDINI

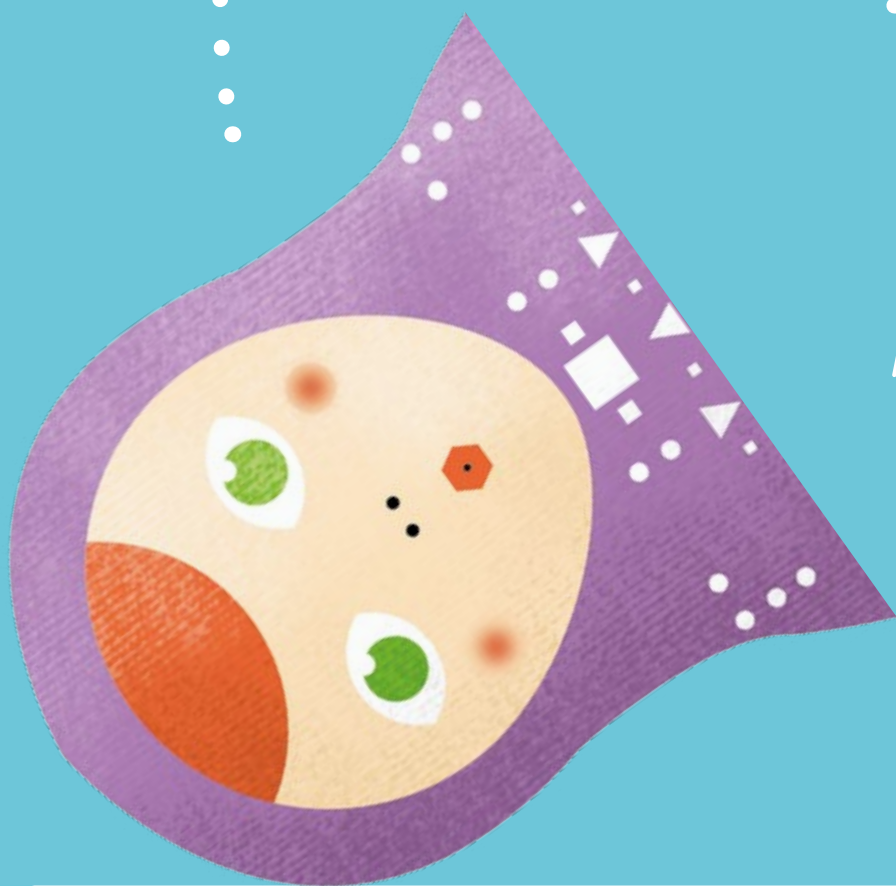
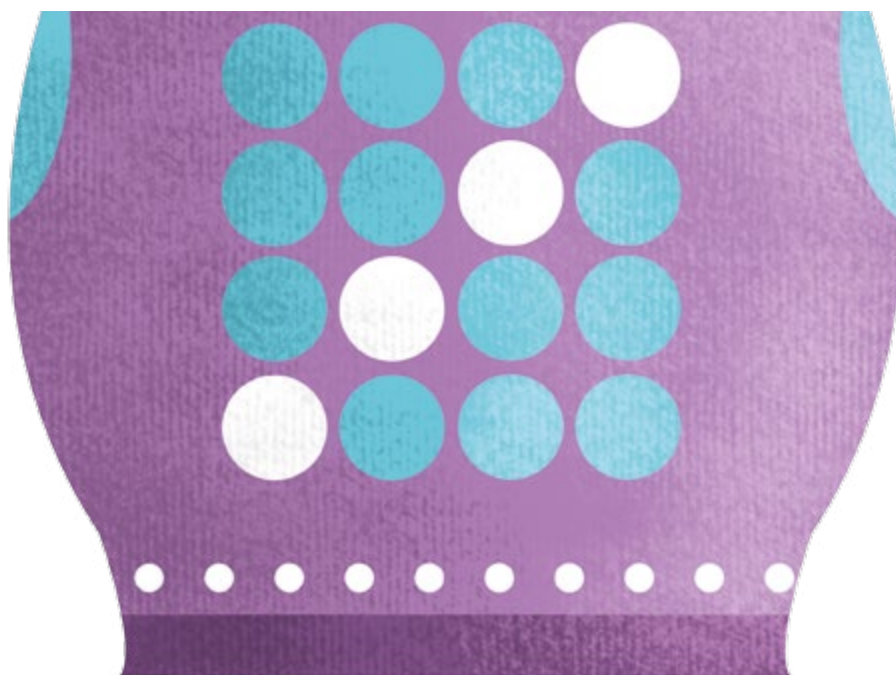
"La vita è l'unico gioco in cui lo scopo del gioco
è di impararne le regole."

Ashleigh Brilliant

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

L'ARTE DEL GIOCO E IL GIOCO DELL'ARTE

a cura di Enrico Pusceddu

INTERAZIONI INTORNO ALL'ESPERIENZA LUDICA

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte.
Ho sempre pensato all'Arte come un gioco di interazioni, che coinvolgono diversi aspetti del fare tangibile e intellettuale dell'uomo.
Forme con le quali dialogare e indagare, riflettere concetti e realtà oggettive, che ci circondano e ci dimorano dentro, nella loro determinatezza e indeterminatezza.
Arte e gioco strumenti di conoscenza e scoperta della realtà esteriore e interiore, che ci identificano e ci rivelano, nello spazio tempo del possibile e dell'impossibile.
Quante relazioni coinvolgono e alimentano l'arte e il gioco, pensiero e azione, curiosità e creatività, visionarietà e stupore, regola e arbitrio, interrogazione e interpretazione, nell'arte come nel gioco la visione e l'ascolto, la relazione e l'interazione, si conseguono s'intrecciano nella loro strutturazione identitaria che fluttua tra pensiero spaesante e pensiero indagatore, verità e menzogna.
Un entrare ed uscire dentro forme e rappresentazioni, in grado di generare e incentivare nuove modalità di pensiero e azione, che inducono la nostra esperienza alla precisione della conoscenza e alla libertà della ricerca.
Il gioco così come l'arte si nutrono d'esperienza che convoglia entrambi in un contesto relazionale nella duplice alternanza tra formulazione e riformulazione, rappresentazione e ripresentazione alternativa, in un continuo prodursi e riprodursi. E solo attraverso la molteplicità dei punti di vista, che ci differenziamo disponiamo della facoltà di non inglobarci nello stereotipo visivo dell'immaginario.
E allora… vivere l'esperienza del fare arte e gioco, ricercare nuove relazioni di senso, tra identità e alterità, unicità e immutabilità, illusione e realtà, esplorazione e relazione, conoscenza e divertimento, sbagliare e imparare, ascolto e sguardo, esperienza individuale e collettiva. Perseguire degli obiettivi per il gusto, il piacere per la libera espressione, il limite e il suo superamento, la regola e la sua inversione.
La nostra nuova scommessa vuole essere, per quanto possibile, un'analisi ampia e diversificata, nella quale vorremmo porre l'accento su alcuni aspetti dell'esperienza ludica come elemento essenziale per sviluppare e alimentare, nuovi spazi creativi, relazionali e occupazionali.
La creatività ha in comune con il gioco, il senso di libertà e il liberarsi da costrizioni mentali. Quindi il gioco non come semplice strumento, ma come sistema di pensiero, in grado d'imporre una logica che conduce ad un ribaltamento del punto di vista usuale.
Ogni interlocutore ha ricevuto una traccia caratterizzata da termini selezionati e da domande specifiche, da seguire liberamente o da prendere come input per il suo intervento.
Nel proseguio dell'articolo troverete le risposte che ci sono pervenute. Mi auguro che questo contributo possa favorire uno stimolo e allo stesso tempo un arricchimento, un confronto e una riflessione, su un tema quanto mai attuale e complesso, al fine di liberare e alimentare quelle energie creative, che stimolino la partecipazione, la libera ricerca e la produzione consapevole al di fuori dei compromessi.
In fondo rifacendoci ad un brano di Giorgio Gaber del 1972, per molti versi più che mai attuale, "la libertà non è uno spazio libero, libertà è partecipazione… libero come un uomo, come uomo che ha bisogno di spaziare con la propria fantasia… e convinto che la forza del pensiero sia la sola libertà".

Elena Prette

Illustratrice freelance

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Mi occupo di illustrazione e Game Design. Realizzo illustrazioni per diversi settori, dai libri per ragazzi all'advertising, dalle immagini per riviste alle tele personali. Inoltre mi occupo della parte grafica e illustrativa di giochi in scatola e di App gioco.
Se parliamo di un boardgame dovrò curare le illustrazioni e la resa estetica degli elementi interni come plancia, carte, libretto etc. oltre che del packaging. In caso di App cambiano leggermente gli elementi, ma anche qui dovrò occuparmi delle componenti di gioco che strutturano-no l'applicazione, ricordando che sono fruibili in maniera differente dal giocatore, rimangono virtuali e che l'utilizzo sarà necessariamente differente, virtuale e non "reale". Il packaging di un'app ad esempio, si tramuta nell'icona con cui si presenta nello store.

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Ho frequentato il corso di illustrazione e animazione multimediale presso l'Istituto europeo di Design (IED) di Milano. La tesi che ho proposto con altre due studentesse, a conclusone del corso, era ispirata proprio al mondo del gioco in scatola: abbiamo riproposto con una nuova linea creativa alcuni tra i più classici giochi conosciuti al mondo, come il gioco dell'oca, monopoly, le carte da gioco francesi, gli scacchi, i tarocchi... curandone ogni componente: carte, tessere, pedine, libretti di regolamento, packaging etc. etc.
Lo IED per valutare la tesi, riuscì a coinvolgere Spartaco Albertarelli, autore di giochi con anni di esperienza sia per EG Editrice Giochi che in maniera indipendente a livello internazionale.
Proprio così nacquero le prime collaborazioni con Spartaco nel campo del gioco, collaborazioni che continuano tutt'oggi su più fronti.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Credo che, come in ogni campo, sia fondamentale poter avere "contaminazioni" d'ogni genere. Tutto ciò che ci forma e che costituisce la nostra esperienza viene in qualche modo riportata nel nostro lavoro. Un confronto continuo e una continua curiosità anche nei settori attigui al proprio campo d'azione possono risultare fondamentali per avere un migliore approccio al lavoro e un migliore risultato.

A suo parere quali sono le fasi più importanti riguardo la progettazione di una esperienza ludica in riferimento al genere in cui si va a collocare?

Che si stia parlando del più classico dei giochi in scatola o che si tratti di un'app di gioco interattiva per tablet e smartphone, potremmo individuare delle fasi comuni:
L'analisi del gioco. Come è strutturato il gioco, quali sono i suoi componenti, il target ed i probabili giocatori.
Ricerca. Ricerca iconografica a seconda dei soggetti/elementi coinvolti da rappresentare. Ricerca font, grafica e packaging di ispirazione e di paragone.
Studio e realizzazione delle illustrazioni e degli elementi di gioco.
Packaging finale.

Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

Mi interesserebbe continuare con lo sviluppo delle App: hanno un grande potenziale, in continua evoluzione, che rende il lavoro particolarmente stimolante.

ELENA PRETTE

Federico Fasce

Game designer e direttore di Urustar

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Sono cofondatore e direttore creativo di Urustar, un piccolo team indipendente che sviluppa giochi. Ci occupiamo principalmente di giochi digitali, ma non disdegnamo lavorare sui giochi urbani, sui giochi da tavolo, sugli esperimenti all'incrocio di diverse tecnologie e modi di giocare.

Come hai iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Alla fine degli anni '90 sono stato grafico 3D per un'azienda ligure. Da lì ho cominciato a muovermi verso la progettazione di giochi, un tipo di lavoro che mi affascina fin da quando ero piccolo. Passo dopo passo ho cominciato a creare i primi giochi. E oggi continuo a farlo.

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

Il mondo dello sviluppo di videogiochi è sempre stato, paradossalmente, piuttosto reazionario e tradizionalista. Nello stesso tempo, però, una nuova generazione di sviluppatori si è fatta strada, avvantaggiandosi dell'uscita sul mercato di strumenti che possono semplificare notevolmente i processi di sviluppo (Unity è il più popolare) e dell'abbattimento delle barriere all'entrata del mercato, grazie soprattutto a Internet e alla nascita di vetrine a libero accesso come App Store o Play Store di Google. Questo movimento ha permesso la nascita di processi di rottura dei tradizionali cliché e sta facendo crescere molto il mondo dei giochi. La rivoluzione indie – se così possiamo chiamarla, prendendo esempio da quella già avvenuta in campo musicale – sta portando aria fresca in un settore che, una decina di anni fa, sembrava destinato alla stagnazione. Ma soprattutto porta con sé la possibilità, per tutti, di utilizzare un mezzo espressivo dalle enormi potenzialità.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Moltissimo. All'estero se ne sono accorti subito, e le scuole di videogiochi nascono nell'ambito delle facoltà umanistiche come di quelle scientifiche, e miscelano saperi di tipo diverso in modo disinvolto. Esiste una scuola a New York chiamata "School for Poetic Computation". È un esempio fantastico di quello che può succedere quando tecnica e umanesimo convivono senza preconcetti. Oggi i migliori sviluppatori di giochi mettono a fianco della loro conoscenza della programmazione e della tecnologia background culturali che vanno dalla filosofia, alla letteratura, alle arti.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game ?

Ci sono esperimenti straordinari in merito. Effettivamente il gioco è, anche a livello neurologico, il modo più efficiente che abbiamo per imparare. Esistono casi come Quest to Learn, una scuola elementare di New York e Chicago che insegna proprio attraverso i giochi. Il programma è scritto in collaborazione con dei game designer. E funziona. Ma bisogna avere il coraggio di superare i modelli vecchi.

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

I giochi sono una forma espressiva, come tale alcuni di essi ricadono senz'altro nella definizione di arte. Non è un caso che al MOMA si sia scelto di mostrare alcuni dei giochi del passato come opere di arte moderna. Ovviamente questo non vale per tutti i prodotti, ma esistono moltissimi punti di contatto. Eventi come il Playful Arts Festival di Den Bosch tenutosi lo scorso giugno hanno mostrato come le arti performative e il mondo dei giochi abbiano molti punti in comune e possano beneficiare l'uno dell'altro.

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

Moltissimo. Esperimenti come "The Artist is Present", nel quale il game designer Pippin Barr ricrea l'esperienza della famosa installazione di Marina Abramovic al MOMA lo dimostrano. Tanto che la stessa Abramovic ora collabora con Barr per la creazione di art game e installazioni.

A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è si, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

Nel 2013 abbiamo partecipato con Urustar a Bosch Art Game, un contest per lo sviluppo di un gioco sull'arte di Hyeronimus Bosch. È stata un'esperienza molto interessante, perché ci ha permesso di approfondire la poetica dell'autore in modo da ricrearla nel nostro gioco attraverso le meccaniche.

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game?

Dipende molto dalla dimensione del team. È inevitabile che nei piccoli team indipendenti le competenze siano spalmate tra i vari membri, mentre nelle grandi aziende esiste una maggiore specializzazione. In ogni caso è tanto importante avere delle competenze specialistiche di un certo livello, quanto non disdegnare la conoscenza, non necessariamente approfondita, di tutti gli elementi che ruotano attorno al game development.

Ci può descrivere nel particolare il ruolo e l'attività del Concept Artist?

Il concept artist si occupa dello sviluppo della "visione" estetica di un gioco. Cura la struttura dei paesaggi, le caratteristiche dell'ambientazione, l'aspetto e i costumi dei personaggi, lo stile generale.

La Concept Art per Videogiochi. Quanto è importante il ruolo del concept artist all'interno della produzione di una esperienza ludica?

Moltissimo. Anche in team indipendenti, dove, come già detto, è difficile che i ruoli siano troppo specializzati, l'attività di concept art è assolutamente necessaria per arrivare alla creazione di un prodotto con un comparto visivo solido.

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

Il game designer lavora sulla progettazione del gioco. L'idea iniziale, la strutturazione delle meccaniche di gioco, il modo in cui i vari elementi di gioco interagiscono tra loro, la struttura dei livelli, il bilanciamento dei valori in gioco sono tutte responsabilità del game designer, che solitamente mantiene anche la visione creativa generale del progetto.

Il gioco ha insito in se l'aspetto comunicativo, con l'obiettivo fondamentale di suscitare una o un'insieme di emozioni e sensazioni nel giocatore. In tal senso il ruolo del Game designer può essere visto come un filtro tra il mittente e il destinatario. Quali sono le conoscenze essenziali che deve avere?

Sicuramente un buon game designer conosce molto bene la teoria relativa al funzionamento dei giochi e alle loro caratteristiche. Deve essere in grado di comunicare efficacemente le sue idee attraverso la creazione di prototipi e di documenti funzionali. Deve conoscere le basi della programmazione e della creazione artistica per videogiochi. E avere una cultura generale più vasta possibile.

A suo parere quali sono le fasi più importanti riguardo la progettazione di una esperienza ludica in riferimento al genere in cui si va a collocare?

In generale la progettazione non dipende tanto dal genere quanto dal modo di fare design e sviluppo, del team che se ne occupa. Direi che le fasi fondamentali sono quelle iterative del ciclo di prototipazione, raffinamento e osservazione, attraverso le quali il gioco cresce e si sviluppa.

Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Ci sono parecchie discussioni in merito, che toccano temi importanti riguardo all'inclusione e alla non normatività. Stiamo vivendo un periodo di transizione che vede il videogioco acquisire sempre più importanza come prodotto culturale, ma nella grande industria vige ancora la regola del mercato su demografiche molto definite. Credo che un buon game designer, oggi, debba almeno porsi il problema relativo ai messaggi che quello che sta costruendo comunica.

Nel creare un'esperienza ludica e più nello specifico, riguardo la giocabilità di un gioco (gameplay) quali sono le condizioni fondamentali da cui non si può prescindere?

Non credo che esistano. Il mondo dei giochi è vario ed estremamente malleabile, e chiuderlo in una scatola di definizioni o prerequisiti ne limiterebbe le enormi possibilità.

Quanto ha inciso nel suo percorso il binomio tra consolidate e nuove modalità operative?

L'ambiente dei giochi è per sua natura molto dinamico, quindi credo che la capacità di mettersi sempre in discussione e saper cambiare anche in corsa modalità di lavoro sia fondamentale. Dopotutto anche quando si crea un gioco bisogna essere sempre pronti a rimettere in discussione le proprie idee.

In un prossimo futuro, quali scenari potranno assumere un ruolo rilevante riguardo allo sviluppo e al potenziamento del game?

È sempre difficile dirlo. Le tecnologie e le pratiche in questo campo si evolvono in modo inaspettato. Dieci anni fa nessuno avrebbe scommesso sul revival della grafica 2D, per esempio. Oggi i riflettori sono puntati su realtà virtuale e wearable, ma io preferisco le innovazioni di processo a quelle meramente tecnologiche. Per esempio l'aumento delle persone che fanno giochi, anche a titolo personale, e la conseguente necessità di curatori che facciano emergere i contenuti più interessanti e meno visibili.

Si nota un grande interesse suscitato dalle forme più innovative di giochi come pervasive game o esperienze ludiche ibride tra mondo fisico e online. In che maniera, secondo il suo punto di vista, possono ancora incidere in settori quali il turismo, il patrimonio artistico culturale, la formazione e non ultimo il mondo del lavoro?

Moltissimo, se in Italia qualcuno cominciasse ad accorgersene. Sono recentemente stato al Playful Arts Festival di 's-Hertogenbosch, dove si è parlato molto di giochi urbani e di come questi possano essere usati per cambiare (in meglio) il nostro rapporto con la città.

Comunicazione e Game, cosa ne pensa dei News Game?

Sono un fronte che promette moltissimo, soprattutto per spiegare, in modo semplice, fenomeni anche molto complessi.

Il coinvolgimento sociale dei pervasive game, ha delineato una nuova analisi e nuovi sviluppi dell'attività di gioco con un forte impatto sociale. Come sfruttare al meglio tale risorsa al fine di abbattere barriere generazionali e diversità culturali?

Molto banalmente, serve sostegno economico. Di solito questo genere di giochi è anche meno considerato rispetto a quelli digitali da finanziatori e potenziali stakeholder. Eppure hanno spesso effetti straordinari nel campo dell'iperlocale.

Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada?

Cominciare subito a fare giochi. In questo mestiere l'esperienza è ciò che davvero conta. Chi vuole fare giochi non dovrebbe farsi intimorire dagli ostacoli e dovrebbe invece continuare a creare.

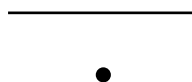
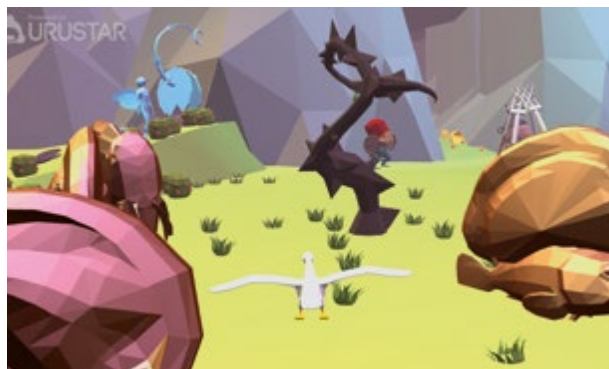
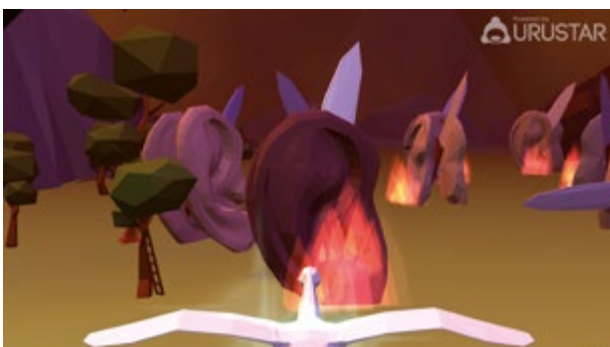
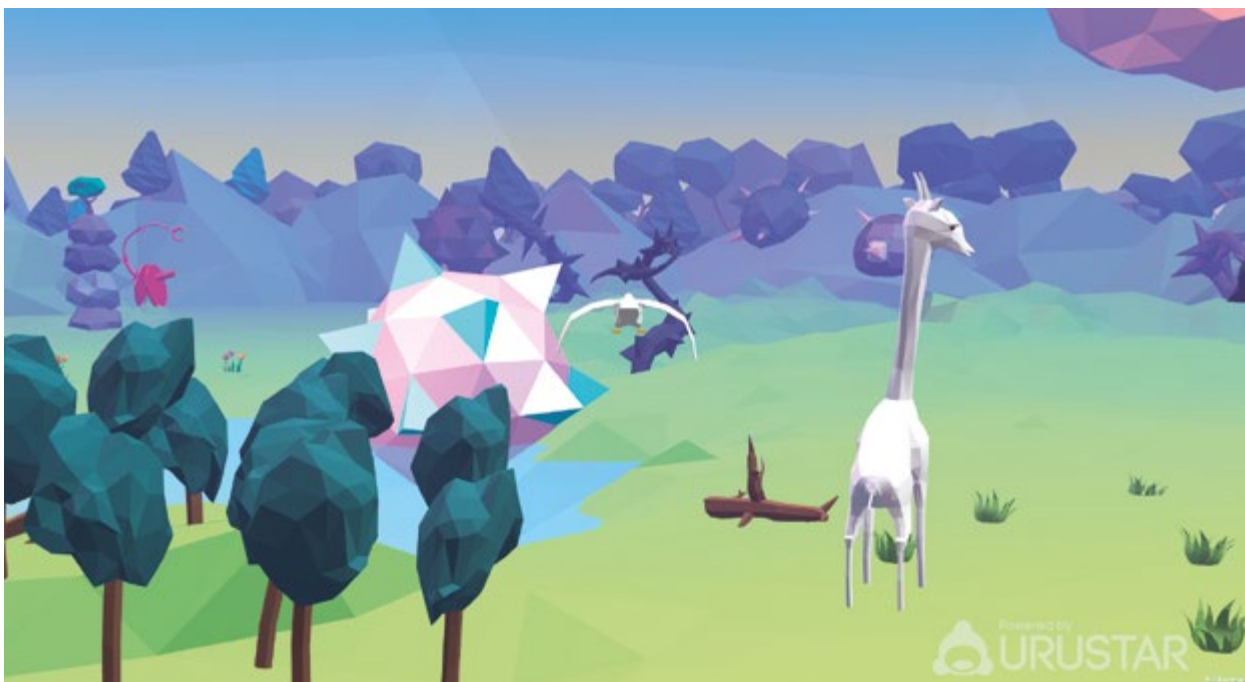
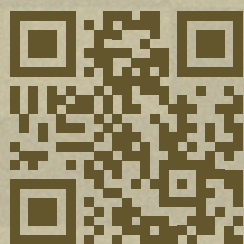
Secondo lei, quale è il problema maggiore per chi vuole avviare la sua attività professionale, anche attraverso una start up, nel settore creativo orientato all'esperienza ludica?

Sicuramente la burocrazia italiana non aiuta e spesso ostacola chi vuole iniziare. Ci troviamo in un periodo di vuoto normativo rispetto ai sistemi di business più moderni, e questo crea non pochi problemi.

Game e play: tante sono le forme nelle quali si può declinare questa relazione, in considerazione dell'esperienza da lei maturata nel settore, ci può dare una sua riflessione o considerazione in merito?

Il gioco strutturato (game), pur molto popolare, non è ugualmente apprezzato da tutti. Molte persone non amano la competitività, quindi anche le esperienze playful, di gioco meno strutturato e competitivo sono importanti, perché maggiormente inclusive.

Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

Mi piacerebbe molto occuparmi di sperimentazione e aiutare le persone che vogliono cominciare a sviluppare i loro primi giochi.

FEDERICO FASCE

Luca Roncella

Game designer

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Nelle ore diurne feriali lavoro come Interactive Producer e Game Designer presso il Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci" di Milano, nelle ore notturne e nei festivi mi trasformo in Game Artist. Per quanto riguarda il lavoro per il Museo milanese, mi occupo della gestione e progettazione concettuale e artistica dei prodotti interattivi (in particolare serious game) destinati alle sezioni espositive e alle mostre temporanee e a tutte le attività culturali legate al mondo del gaming. Come Game Artist faccio confluire la mia passione per i computer game in opere artistiche di varia natura: pittura, scultura, video installazioni.

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Mi sono laureato in Design della Comunicazione presso la Nuova Accademia di Belle Arti di Milano nel 1995, come Game Artist è iniziato tutto per gioco con la realizzazione di un trittico olio su tela realizzato in pixel art dedicato al romanzo di Salinger "Il giovane Holden". Un giorno portai una di queste tele al Museo della Scienza per regalarla ad un amico per il compleanno in occasione della conferenza "Around Assassin's Creed" legata alla mostra "Assassin's Creed Art (R) Evolution" in esposizione in quel periodo. In quell'occasione era presente la curatrice della mostra, Debora Ferrari, la quale vedendo la tela mi propose subito di entrare a far parte del suo collettivo di Game Artist chiamato Game Art Gallery. Da quel momento ho iniziato a partecipare a varie mostre di Game Art e non mi sono più fermato.

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

Alcuni anni fa è stato coniato un neologismo per rappresentare questo fenomeno ormai inarrestabile: Gamification, il gioco con le sue pratiche e grammatiche che esce dal mondo dell'intrattenimento e contamina ambiti differenti, come ad esempio il mondo produttivo, ma non solo. Io credo che sia una conseguenza naturale di una congiuntura tecnologica, il web, i dispositivi digitali evoluti come gli smartphone interconnessi, che amplifica e semplifica la soddisfazione di un istinto naturale dell'uomo: il gioco e il divertimento.
L'uomo è un essere sociale che nasce come giocatore, il bambino non fa altro che giocare, è il suo unico modo di comunicare col mondo e di apprendere il mondo. Questa forma di intelligenza, il gioco, non la abbandoniamo più, al limite nell'età adulta, si assopisce. Il digitale, grazie all'interattività e alla sua fascinazione estetica, aiuta certamente a far uscire il fanciullino che risiede in ciascuno di noi.
Non dimentichiamo poi che i computer e il gioco sono sempre stati fedeli compagni di viaggio: le prime macchine da calcolo sono state da subito utilizzate per sviluppare videogame, a partire dal capostipite di tutti i videogame, Spacewar! del 1962 sviluppato al MIT su un computer PDP-1 grande quanto una stanza, poi negli anni '90 del secolo scorso, sono proprio i videogame che hanno spinto in avanti l'industria informatica, necessitando di cpu e chip grafici sempre più potenti per rappresentare i mondi virtuali che i game designer e gli artisti andavano immaginando e progettando.
Dove oggi c'è uno smartphone, un pda, un netbook, un dispostivo indossabile, lì sicuramente c'è anche qualche gioco. Qualche tempo fa ho scoperto che il mio decoder esterno da venti euro per il digitale terrestre conteneva al suo interno una collezione di videogame: Tetris, Arkanoid e altri.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Oggi l'industria dei videogame è molto più matura rispetto a solo una quindicina di anni fa: un tempo i videogame venivano sviluppati da professionisti che provenivano per lo più da discipline o da studi di tipo informatico, una persona si poteva occupare sia della programmazione sia della scrittura di una storia e magari anche del design dei livelli di gioco.
Oggi i grandi titoli vengono sviluppati da team di centinaia di professionisti, tutti molto specializzati nel proprio ambito: ci sono programmatori, level designer, artisti, sceneggiatori, registi, concept artist, esperti di intelligenza artificiale, consulenti provenienti da ambiti professionali anche molto distanti dal mondo dell'intratteni

mento. Se poi prendiamo in esame i Serious Games allora entrano in gioco anche educatori, ricercatori, pedagogisti, psicologi. Insomma, i videogame oggi sono prodotti industriali molto complessi che richiedono tempi anche molto lunghi di sviluppo e budget di svariati milioni.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere – Filosofia - Estetica – Creatività ... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game?

Ci sono tantissimi teorici e teorie che dimostrano l'efficacia dei computer game nell'insegnamento e nell'educazione secondo le nuove teorie dello sviluppo cognitivo. Io credo che i computer game ad oggi siano la tecnologia e il linguaggio a nostra disposizione più evoluti per fare esperienze in prima persona, strutturate e incarnate e quindi, formative. Come sostiene l'insigne linguista statunitense James Paul Gee, il pensiero umano ha robuste fondamenta nell'esperienza corporea del mondo. Quando io gioco, interagisco con un avatar virtuale che mi rappresenta all'interno di un mondo in cui sono chiamato a svolgere compiti molto concreti e reali, posso mettermi alla prova, fare esperienze in maniera sicura e non penalizzante. Spontaneamente il nostro cervello mentre noi giochiamo proietta la nostra identità reale su quella virtuale, creando un progetto esperienziale e di crescita che può essere anche molto differente dalla nostra identità reale. In un gioco io posso diventare un guerriero, un archeologo, un uomo, una donna, un bambino o una molecola. I giocatori apprendono sempre in maniera efficace, spontanea, motivata, provando e riprovando. Un gioco insegna non solo quando trasmette contenuti, ma anche, e soprattutto, quando ci consente di fare esperienza diretta del mondo. Un tipo di apprendimento che lo studio tradizionale di libri non ci consente di fare: nei computer game sono chiamato ad interpretare un sistema elaborato di simboli e significati e metterli in relazione per creare nuovi significati e sperimentarne le relazioni, nei libri di testo tradizionali, sono sempre e comunque solo alle prese con un sistema simbolico astratto che non trova un riscontro immediato nella realtà. E questo, per certi versi, ne costituisce un grosso limite.

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

I giochi, come l'arte, attingono al nostro essere più profondo, ancestrale e primitivo. Quando io gioco o creo giochi, così come quando faccio arte, non metto limiti al mio pensiero, alla creatività, mi apro al mondo perché il gioco e l'arte sono conoscenza e ricerca della verità. Un gioco si fonda su regole che devono essere costruite, sperimentate, scavate nella logica e nella matematica, ma anche nel mondo delle possibilità della nostra mente. Creare un gioco è un atto creativo per eccellenza: si dà vita concreta ad un mondo immaginario generato dalla nostra interpretazione del mondo, in cui il giocatore è chiamato a dare la sua di interpretazione, non solo performativa, ma anche simbolica. Alcuni sviluppatori di videogiochi, soprattutto quelli definiti "indie" ossia liberi imprenditori al di fuori delle industrie di settore, sacrificano anche la propria salute fisica e mentale, anche per anni, al raggiungimento di un'idea, alla realizzazione di un mondo e di una visione, cosa che, per certi versi, li rende molto simili a tanti artisti. Lo storico olandese Johan Huizinga nel saggio Homo Ludens afferma che "la cultura sorge in forma ludica, la cultura è dapprima giocata. Nei giochi e con i giochi la vita sociale si riveste di forme sopra-biologiche che le conferiscono maggior valore. Con quei giochi la collettività esprime la sua interpretazione della vita e del mondo. Dunque ciò non significa che il gioco muta o si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura nelle sue fasi originarie, porta il carattere di un gioco." non potremmo forse definire allo stesso modo l'arte?

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

Il gioco sottintende sempre una partecipazione attiva e interattiva di una persona, alle regole dell'artista, nel gioco si aggiungono le mutazioni e permutazioni simboliche del giocatore che possono rendere la "partita" in senso metaforico, molto più interessante. Mentre gioca il giocatore può vestire i panni dell'artista oppure stravolgere il suo lavoro, interpretando a suo modo le regole o tentando di sovvertirle generando a sua volta, arte. L'arte è fatta dei sogni dell'uomo, il gioco, nella sua interattività e nella sua natura ricombinatoria, ha grandissime potenzialità per dare forma a questi sogni.

A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è si, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

Nel gioco l'uomo ricrea sé stesso e il mondo in cui vive, il gioco è la proiezione dei nostri desideri e dei nostri incubi, le utopie e le distopie si rincorrono, si intersecano e si sublimano. Nei giochi online multiplayer, centinaia di migliaia di giocatori, a Oriente come a Occidente, nello stesso istante condividono e interpretano lo stesso testo, riscrivendolo, modificandolo. Come Game Artist il mio obiettivo è quello di rendere materiale questo underworld immateriale. Nei circuiti del videogioco (industria, pratiche, abitudini, linguaggi, miti, storie, personaggi) accadono cose molto interessanti dove l'uomo è sempre protagonista, sia che esso sia regista o attore. L'umanità trascorre milioni di ore al giorno a giocare, impersonando vite alternative, allora perché non raccontare la vita attraverso il gioco?

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game?

Come dicevo prima, i giochi oggi sono prodotti culturali molto complessi che integrano tantissime competenze differenti. I giochi sono estetica, grafica, architettura, spazio, narrazione, tecnologia, suono, design, interazione, marketing, logica, industria e tanto altro. È necessario impiegare tanti professionisti quante sono le molecole che compongono un gioco non è più pensabile di creare giochi di ampio respiro risparmiando o improvvisando le risorse.

Ci può descrivere nel particolare il ruolo e l'attività del Concept Artist?

Compito di un Concept Artist è quello di dare forma, carattere e materia alle idee che si vogliono incorporare in un gioco, che siano i personaggi o gli ambienti in cui si muoveranno questi personaggi. Il Concept Artist sta tra un'idea e la sua realizzazione pratica. Gli artwork del concept artist vengono utilizzati nella pipeline produttiva di un videogame dai modellatori 3D, dai texture artist, dai character designer, dai programmatori, dai level designer. Il concept artist riceve le suggestioni dal direttore creativo del gioco e le interpreta realizzando illustrazioni che spesso miscelano tecniche e contributi differenti: immagini fotografiche, modelli tridimensionali, pittura digitale. Gli artwork dei concept sono contributi creativi che non entrano a far parte del gioco definitivo, ma ne aiutano la realizzazione e l'ispirazione creativa.

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

Il Game Designer ha il ruolo di elaborare concettualmente la struttura di un gioco, integrando storia, ambientazione, personaggi con le dinamiche ludiche. Il lavoro del Game Designer confluisce nel documento di design che è il testo di riferimento per tutti i professionisti che lavorano a quel gioco. Spesso ha compiti anche più concreti, scrivendo personalmente alcune routine di codice per sperimentare la reale efficacia di idee di design.

Il gioco ha insito in se l'aspetto comunicativo, con l'obiettivo fondamentale di suscitare una o un'insieme di emozioni e sensazioni nel giocatore. In tal senso il ruolo del Game Designer può essere visto come un filtro tra il mittente e il destinatario. Quali sono le conoscenze essenziali che deve avere?

Il Game Designer deve avere una conoscenza approfondita dei generi videoludici, sapere quali sono i "building block" che costituiscono un genere: il platform, l'action in terza persona, il puzzle game, lo strategico in tempo reale etc. Ogni genere ha una propria grammatica che bisogna conoscere perfettamente per poter usare i codici i maniera corretta, riconoscibile e funzionale. Deve anche avere conoscenze di statistica ad esempio, progettare un gameplay efficace e ben equilibrato risponde a regole matematiche e calcoli sulle probabilità ben precise.

A suo parere quali sono le fasi più importanti riguardo la progettazione di una esperienza ludica in riferimento al genere in cui si va a collocare?

Credo che la progettazione del gameplay sia una delle fasi più delicate nel processo creativo di un videogame. Il gameplay è la radice di un game: se le meccaniche non funzionano, non funzionerà nemmeno la storia, né il coinvolgimento, né il divertimento. Se il gameplay non funziona, il giocatore poserà il controller dopo pochi minuti di gioco e probabilmente non giocherà più a quel videogame anche se la storia è scritta in modo sublime o la grafica particolarmente curata. Anche il testing e la calibratura della difficoltà è fondamentale per la buona riuscita di un gioco; tantissime buone idee e intuizioni funzionano sulla carta o provandole tra colleghi, ma la verifica finale deve essere sempre fatta con grandi numeri di giocatori che metteranno alla prova ogni singolo aspetto del mio gioco: l'usabilità, la decodifica dei simboli e delle interfacce, il livello di difficoltà.

Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Chi progetta videogame ha una grande responsabilità verso il suo pubblico non diversa da chi gira un film o scrive un romanzo di successo. L'attenzione va tenuta particolarmente alta verso alcuni aspetti del prodotto come scene di violenza o situazioni particolarmente disturbanti a causa del coinvolgimento emotivo e partecipativo che sono in grado di suscitare i giochi ben fatti. Una cosa è assistere alla scena di un crimine violento ad opera di un personaggio in un film, altra cosa è essere materialmente l'artefice di quel crimine, impersonando il proprio avatar in una sequenza di un videogame. Detto questo, sono a favore di lasciare massima libertà agli autori dei giochi e che possano esprimere liberamente le proprie idee e interpretazioni della realtà, senza censure. La responsabilità ultima è sempre di chi acquista o scarica un gioco; è sempre importante documentarsi e conoscere chi è lo sviluppatore di un gioco e quali sono gli argomenti trattati dalla storia. Esistono molti strumenti per farlo: le recensioni, i video di gameplay, le classificazioni come il PEGI in Europa o l'ESRB in America.

Nel creare un'esperienza ludica e più nello specifico, riguardo la giocabilità di un gioco, (gameplay), quali sono le condizioni fondamentali da cui non si può prescindere?

Un'esperienza ludica ben fatta deve mantenere il giocatore in una costante condizione mentale a cavallo tra la sfida e la gratificazione, un gioco non deve mai risultare troppo semplice pena l'insorgere della noia, né troppo difficile per non frustrare il giocatore. Un buon gioco deve sempre dare l'impressione al giocatore che se si impegnerà potrà risolvere qualsiasi passaggio, anche il più difficile. I giochi fatti bene inoltre devono sempre presentare al giocatore soluzioni alternative alla risoluzione di un passaggio e non permettere mai che il giocatore possa arrivare ad un certo momento privo dei poteri, degli strumenti o delle conoscenze indispensabili per superarlo. Insomma, un buon gameplay non lascia mai solo un giocatore e non cerca di fregarlo.

In un prossimo futuro, quali scenari potranno assumere un ruolo rilevante riguardo allo sviluppo e al potenziamento del game?

Io vedo tre grandi tecnologie: la realtà virtuale immersiva con interfacce aptiche, la realtà aumentata e i dispositivi smart indossabili. La realtà virtuale sta per entrare nelle nostre case e sicuramente porterà un grande cambiamento nel modo di giocare, farne esperienza ma anche nel modo in cui si produrranno i contenuti. La realtà aumentata è già tra di noi, ma credo che nei prossimi anni avrà una forte spinta in avanti e sarà sempre più frequente giocare all'aria aperta, nelle città come negli spazi aperti alla ricerca di qualche indizio per proseguire nel gioco. I dispositivi indossabili come gli smart watch, gli smart wristband o gli smart glass in parte già disponibili, ma in forte espansione, ci consentiranno di essere sempre connessi al gioco e ad altri giocatori e di utilizzare come variabili di gioco anche i nostri parametri vitali come battito cardiaco, temperatura e pressione.

Si nota un grande interesse suscitato dalle forme più innovative di giochi come pervasive game o esperienze ludiche ibride tra mondo fisico e online. In che maniera, secondo il suo punto di vista, possono ancora incidere in settori quali il turismo, il patrimonio artistico culturale, la formazione e non ultimo il mondo del lavoro?

Gli Alternate Reality Game sono una forma molto interessante di intrattenimento che integrano nelle meccaniche di gioco tradizionali digitali anche elementi esterni appartenenti al mondo reale, come ad esempio luoghi geografici o monumenti. Spesso questi giochi hanno lo scopo di risolvere problemi concreti nella vita delle persone stimolando comportamenti virtuosi e filantropici grazie al coinvolgimento e alle meccaniche tipiche dei videogame. Ingress, gioco di realtà aumentata dei Niantics Labs di Google giocabile tramite smartphone che ha milioni di giocatori in tutto il mondo, stimola il turismo e la scoperta del territorio ingaggiando i giocatori in sfide alla ricerca di monumenti e luoghi storici e artistici di interesse. Credo che questo genere di giochi possano in qualche modo rappresentare una evoluzione del computer game tradizionale concepito come un sistema chiuso e autosufficiente rispetto al mondo esterno.

Comunicazione e Game, cosa ne pensa dei News Game?

Sono un linguaggio interessante per esplorare tematiche di attualità. Poiché sono giochi che per necessità devono essere sviluppati in pochi giorni, sono in genere molto semplici e fanno affidamento su meccaniche molto consolidate. Possono beneficiare del linguaggio leggero dei videogame per passare messaggi anche importanti in chiave ironica o sarcastica senza bisogno di usare parole, questo li rende decisamente molto efficaci. Hanno inoltre una caratteristica che è assente dalla quasi totalità dei videogame tradizionali, ossia contenuti di attualità e non di pura fantasia. Potrebbero risultare un linguaggio interessante da utilizzare con i ragazzi per raccontare fatti di cronaca altrimenti troppo complessi da gestire con i media tradizionali. Questa però è una buona idea che ho avuto in questo momento e me ne assumo la paternità, guai a chi me la copia!

Il coinvolgimento sociale dei pervasive game, ha delineato una nuova analisi e nuovi sviluppi dell'attività di gioco con un forte impatto sociale. Come sfruttare al meglio tale risorsa al fine di abbattere barriere generazionali e diversità culturali?

I videogame negli ultimi anni sono stati in grado di estendere il proprio bacino di utenza in maniera esponenziale anche verso pubblici fino a qualche anno fa impensabili. Oggi è consuetudine vedere sul tram, in metropolitana o al bar uomini e donne mature alle prese con videogame sullo smartphone. Il videogioco non è più un passatempo per soli ragazzini, oggi giocano i manager, le casalinghe, i papà, le mamme e i nonni. Il videogame è uscito dal salotto e si gioca durante tutta la giornata, in ogni luogo. I Casual Games sono per definizione pervasivi, non esistono distinzioni di età o di cultura, sono un po' come la musica pop, piacciono a tutti e sono compresi da tutti.

Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada?

Anche dietro al più semplice e piccolo gioco sta un grande lavoro di progettazione e una grande idea. Bisogna lavorare duro, non devono esistere weekend o stanchezze, se un giovane ha una grande idea deve metterci tutto sé stesso, sacrificandosi, per tentare di realizzarla. E poi, fate provare il vostro prototipo il più presto possibile al maggior numero di persone, non solo amici, per ricevere il maggior numero possibile di feedback a riguardo. Questo eviterà di capire troppo tardi, quando magari il gioco sarà ultimato dopo tanto lavoro, che il gioco non piace o non funziona.

Secondo lei, quale è il problema maggiore per chi vuole avviare la sua attività professionale, anche attraverso una start up, nel settore creativo orientato all'esperienza ludica?

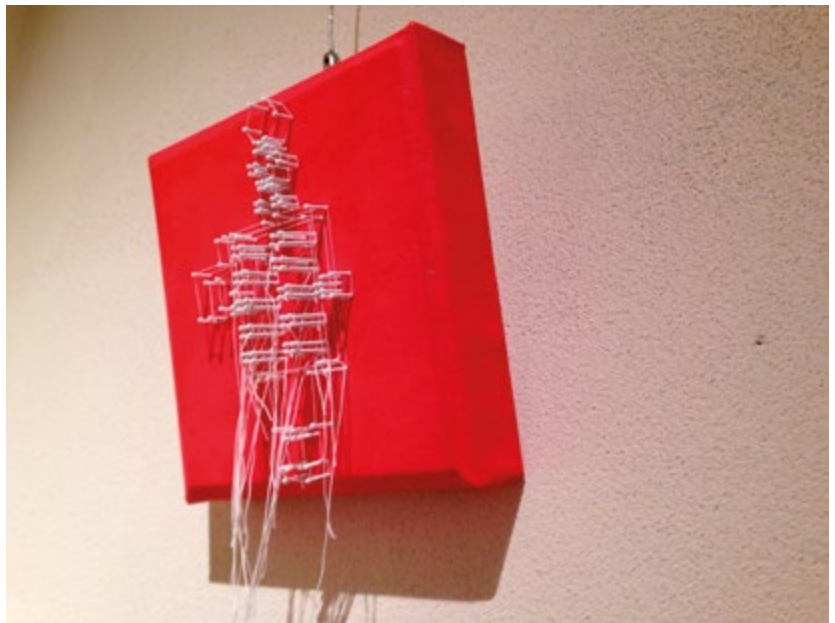
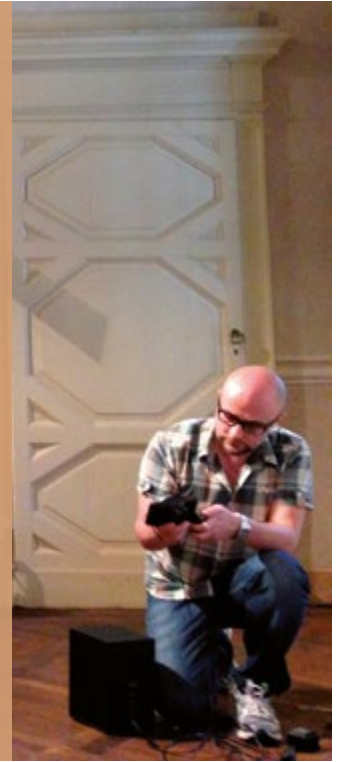
Non ho esperienza diretta, ma credo di ottenere i finanziamenti necessari a sostenere l'impresa finché il primo gioco non viene immesso sul mercato.

Game e play: tante sono le forme nelle quali si può declinare questa relazione, in considerazione dell'esperienza da lei maturata nel settore, ci può dare una sua riflessione o considerazione in merito?

Mentre in passato la distinzione tra game e play era più rimarcata, ora i confini sono molto più sfumati: il mondo oggi è un grande parco giochi in cui ognuno può inventare il proprio gioco e condividerlo con gli altri. Oggi con pochi euro possiamo creare a casa nostra macchine "senzienti" dotate di sensori e attuatori, creare oggetti dal nulla con le stampanti 3D, modellare mondi virtuali grazie a motori open source e mod, trovare i finanziamenti necessari per realizzare le nostre idee più folli grazie alle piattaforme di crowdfunding o di crowdsourcing.

Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

Essere sempre più efficace nel raccontare la contemporaneità.

LUCA RONCELLA

Gabriella Parisi

Game designer e ricercatrice nella Game Art

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Ho fondato, da meno di un anno, uno studio sulla ricerca indipendente nel campo delle nuove tecnologie, in particolare quelle che riguardano l'interattività, volto allo sviluppo, alla prototipizzazione e alla commercializzazione di soluzioni elettroniche innovative applicate all'arte, alla moda e al cinema. Alcuni dei miei collaboratori provengono dal campo della programmazione e dell'elettronica, dopo aver maturato importanti esperienze di studio e di lavoro negli Stati Uniti. Sono anche un'artista e una filmmaker, attiva nella ricerca artistica e nello studio, assieme a una comunità di studiosi internazionali, negli ambiti della Game Art, Multimedia Art, Virtual Reality e Post Human.

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Mi sono avvicinata all'interattività e alle nuove tecnologie dell'arte dopo aver visto alla Biennale di Venezia, nel 2001, l'"ambiente sensibile", Nuvola, di Studio Azzurro. L'opera era ospitata da uno sponsor dell'Esposizione Internazionale d'Arte. Gli aspetti che mi avevano profondamente colpita dell'arte di Studio Azzurro erano: la narrazione, l'aspetto emozionale unito a una tecnologia interattiva "trasparente" e non invasiva, i vari "livelli" di fruizione della sua arte che lasciava la libertà allo spettatore di entrare o meno in relazione con l'opera. Era proprio questo spiccato senso di "arte relazionale", interessato più alla connessione e al dialogo fecondo che si generava con lo spettatore e che ribaltava totalmente il concetto di arte tradizionale, a convincermi fin da da subito, ancor prima che mi iscrivessi a Scenografia, che avrei fatto convergere la mia ricerca e la mia tesi su Studio Azzurro.
Ricordo ancora quel periodo di tempo, precedente alla discussione della mia tesi su Studio Azzurro all'Accademia di Belle Arti di Roma, come un periodo bellissimo di intensa ricerca sul campo con Paolo Rosa, figura carismatica del gruppo e purtroppo venuto a mancare troppo presto. Una ricerca che si era mossa con partecipazioni, su invito di Paolo Rosa, a workshop, Festival della Filosofia, Master in Interaction Design presso l'Università Tor Vergata di Roma, approfondimenti a dibattiti con i più grandi studiosi della contemporaneità di fama mondiale.
Ci tengo a sottolineare questa mia importante esperienza formativa perché non sempre il panorama dell'arte contemporanea è aperto all'aspetto collaborativo, al dialogo e alla condivisione delle proprie esperienze di ricerca, Paolo Rosa invece viveva con estrema generosità la condivisione di tutti questi aspetti.
Inoltre, la complessità dell'ambito della ricerca, aveva implicato per me uno studio approfondito sull'interattività, non solo dal punto di vista teorico ma anche pratico e così chiesi anche la collaborazione di alcuni esperti nel campo dell'elettronica per poter approfondire e trattare nel modo migliore l'argomento. E, da quel momento, si sono strette delle collaborazioni che mi hanno condotta fino alla fondazione del mio attuale Interactive Lab. Oltre ad occuparmi dell'interattività, nel 2010, ho iniziato a interessarmi all'ambito di ricerca artistica della Game Art: ambito affascinante, innovativo e in continua evoluzione, in cui è confluita parte della mia ricerca artistica.

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

L'ambito videoludico si sviluppa in modo inarrestabile ed esponenziale, correndo di pari passo con l'evolversi della tecnologia e inglobandola in sé. E' passato del tempo da quando i videogiochi erano delle semplici creazioni in 8-bit, lontane anni luce dal livello di elaborazione tecnica dei giorni nostri. I primi videogame erano creati dagli hacker o da ingegneri e programmatori legati, in moltissimi casi, all'ambiente dell'Università, come nel caso di Nolan Bushnell, che aveva studiato negli anni Sessanta all'Università di Ingegneria dello Utah e che, nel 1972, fondò la Atari, dando vita alla storia dei giochi elettronici con la creazione del famoso gioco Pong. Nolan Bushnell, nel 2013, è stato in Italia, ospite d'onore del Games Week di Milano e, tra una conferenza e l'altra, ha rilasciato delle illuminanti dichiarazioni riguardo al futuro dei videogame, pronosticando che l'industria videoludica scommetterà sempre più sull'aspetto del coinvolgimento, espresso dall'interattività, e poi sull'ibridazione e compenetrazione tra i vari medium. Bushnell ha dichiarato, in un'intervista rilasciata al Corriere della Sera, che: "L'interattività

è destinata a crescere e a prendere spazio ovunque, nella musica, nel cinema, in televisione, il regno della passività. [...] Le buone storie verranno sempre raccontate, al cinema come nei libri, senza bisogno di vederci protagonisti diretti. Ma vedrete che in futuro, in una qualche forma, ci troveremo tutti a giocare. E ne saremo felici. [...] I computer da indossare sono la prossima frontiera del gioco".
Sony, con la Playstation 4, annuncia che sarà possibile, entro fine anno, pubblicare le proprie performance videoludiche direttamente su YouTube. Ed è un cambio di prospettiva importantissimo, visto che è data la massima importanza all'esperienza ludica interattiva e, nello stesso tempo, performativa dei player, alcuni dei quali sono delle vere e proprie superstar su YouTube, con milioni di iscritti ai loro canali e la cosa dovrebbe far molto riflettere. Sony con la PlayStation 4 e Microsoft con Xbox One, sembrano aver toccato l'acme della perfezione tecnica e del fotorealismo e, nonostante il boom prevedibile di vendite in tutto il mondo per queste console dell'ottava generazione, ci sarebbe un ritorno all'utilizzo dei computer per videogiocare, ma parliamo in questo caso di computer super potenti e veloci che sfruttano la stessa facilità d'uso delle tradizionali console, componibili e implementabili a proprio piacimento in base alle proprie necessità.
Per esempio, il super-pc Project Christine è personalizzabile nelle sue componenti come il gioco a mattoncini Lego, in modo da offrire un'elevata possibiltà di "customizzazione" per i player.
Questi computer ipertecnologici, chiamati Steam Machine, della Valve, proprietaria del sistema Steam, fornisce già negli Stati Uniti oltre tremila videogame scaricabili direttamente sul computer a 65 milioni di player, e l'azienda americana Valve è già pronta a scalare il mercato globale con la nuova generazione di videogame fruibili direttamente dal computer. Anche la PlayStation Now della Sony consentirà, attraverso il suo servizio di cloud-gaming, di giocare in streaming ai titoli della Playstation da qualunque dispositivo connesso online: come avviene con Spotify per la musica, basterà solo sottoscrivere un abbonamento. Uscirà in versione beta, il 31 luglio su PlayStation4 negli Stati Uniti e in Canada, poi verrà offerto anche su PlayStation Vita e su alcuni modelli di tv della Sony.
Ma i veri protagonisti del mercato sono gli smartphone e i tablet, che in virtù dei bassi costi dei device, hanno guadagnato in poco tempo un quinto di tutto il mercato tecnologico, toccando i 90 miliardi di dollari di fatturato solo lo scorso anno. Quasi la metà dei possessori di smartphone e tablet avrebbero come minimo 5 giochi installati sul proprio telefono. E, se i device hanno attratto i cosiddetti «casual gamers», ovvero i giocatori occasionali, dall'altro lato hanno contribuito anche a creare un nutrito numero di gamer più fidelizzati, ovvero gli hardcore gamers.
Il presente e il futuro prossimo dei videogame passa attraverso i device, il cloud gaming, lo streaming, i computer super potenti Steam Machine e la tecnologia indossabile: quest'ultima sarà la protagonista assoluta con gli Oculus Rift. Nei prossimi mesi infatti è prevista l'uscita sul mercato del visore per la realtà virtuale chiamato, dal suo ideatore Palmer Luckey, Oculus RiftTM (la cui azienda è stata recentemente acquistata da Mark Zuckerberg di Facebook). Secondo gli esperti, questo dispositivo cambierà radicalmente l'industria dell'entertainment. Gli Oculus Rift sono formati da schermi LCD all'interno di una visiera da indossare come occhiali e che consente un'esperienza di gaming nella realtà virtuale, talmente immersiva e sinestetica, da ricreare la sensazione, spaesante ma nello stesso tempo affascinante, di muoversi in una realtà parallela: percerti aspetti migliore e più rassicurante della "realtà" della vita.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie -Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game ?

Il videogioco è, sempre più, il vero e grande portale del cambiamento in ambito didattico.
I videogame richiedono una partecipazione attiva, fatta di decisioni da prendere nell'immediato, con uno stimolo interattivo tra azione e risposta, ponendo in essere anche le variabili rappresentate dalle problematiche, inevitabili, che richiedono lo sviluppo delle capacità critiche e analitiche rivolte al problem solving.
I videogame stanno contribuendo, in modo significativo, a modificare i paradigmi di ogni ambito sociale. L'arte influenzata dai videogame è anche arteinment (art+entertainment), arte e intrattenimento, non perdendo le sue caratteristiche ma arricchendosi, invece, di quelle dell'ambito interattivo videoludico; così l'educazione che si estrinseca attraverso l'utilizzo di questi nuovi media elettronici presenterà un approccio sinestetico, espresso dalla parola edutainment (educational+entertainment) puntando all'interattività, alla multimedialità e al problem solving.
A differenza dei media più passivi come la televisione, ci sono degli elementi importanti che entrano in gioco con l'utilizzo dei videogame didattici: l'"avanzamento" dell'apprendimento che scorre come nei "livelli" dei videogame, in modo crescente, ad indicare il successo delle "missioni" assieme al fluire del videogame e poi la gratificazione che, più che essere espressa dal "voto" come avviene nella formazione tradizionale, ora è incentivata dallo scalare nei livelli più alti dal sapere. I serious game sono dei videogame pensati per diffondere temi sociali o per insegnare attraverso strumenti interattivi mentre i learning game, non si interessano dei processi di apprendimento, come i serious game, ma della trasmissione delle nozioni.
L'apprendimento è strettamente correlato al gioco, infatti, per Huizinga il gioco stesso: «[...] Oltrepassa i limiti dell'attività puramente biologica: è una funzione che contiene un senso. Al gioco partecipa qualcosa che oltrepassa l'immediato istinto a mantenere la vita, e che mette un senso nell'azione del giocare. Ogni gioco significa qualche cosa.»
I videogame attivano la parte esperienziale dell'apprendimento: la cultura dell'esperienza diretta, maturata con la pratica, in cui teoria e pratica trovano la giusta sintesi e in cui l'esperienza "percettivo-motoria", teorizzata da Francesco Antinucci, supera l'apprendimento tradizionale "simbolico-ricostruttivo" del sapere classico.
Steven Johnson, autore del libro Everything Bad is Good for You, crede che i videogiochi mettano in moto molti vantaggi, soprattutto nell'ambito della formazione. A differenza di quando si leggono i libri, in cui solo una parte del cervello è investita dall'aspetto percettivo e analitico, i videogiochi invece aiuterebbero ad attivare l'area cerebrale deputata ad analizzare le situazioni, spingendo all'azione concreta, quella più adeguata e strategica per la situazione. Inoltre, i giocatori dopo aver analizzato e capito il gioco, attivano l'abilità sollecitata dal telescoping, che riguarda la percezione delle relazioni tra le azioni da compiere, la capacità di stabilire priorità e di determinare il giusto ordine in cui effettuare delle azioni, e che spinge, in ultima istanza, a far prendere le decisioni più adeguate e vincenti ai giocatori, utili per la dinamica risolutiva del gioco.

Il metodo Play to learn, learn to play, ovvero Giocare per imparare, imparare per giocare, educa a un nuovo modo di esperire la cultura, collegando, con i videogame didattici, il sapere dell'educatore a quello dell'allievo, in modo creativo, facendo del docente un regista che "indirizza" creativamente il sapere agli allievi, i quali prendono parte attiva alla formazione, relazionandosi agli input e ai contenuti espressi dai videogame e poi, in modo interattivo, comunicandoli all'insegnante.
E' una speranza che si accolgano sempre più queste nuove istanze formative, espresse dai videogame didattici, per trasformare la scuola e, nella più ampia accezione, ogni ambiente deputato alla formazione, nel "palcoscenico della conoscenza", che colleghi interattivamente la teoria alla pratica, rimaste molte volte disgiunte, e auspicando anche che la scuola si trasformi sempre più nel luogo della vita. Poi, cerchiamo di ricordare sempre che un gioco non è mai solo un gioco, ma qualcosa di serio e che, anche solo giocando, in realtà conosciamo noi stessi e la realtà che ci circonda, più di quanto possiamo immaginare.

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

L'arte è un gioco e i giochi sono arte: dietro questa dichiarazione d'intenti di Duchamp, possiamo esserne ben certi, si è spalancato tutto un mondo nuovo per l'arte e, non ultimo, per il gioco stesso. Gli elementi più caratteristici che, a mio avviso, identificano il binomio di arte e gioco sono espressi da questi elementi fondamentali: l'interazione e l'interattività; lo scorrere parallelo dell'arte, come il gioco, con la vita, esperienza simile a quella maturata all'interno della corrente artistica del Nouveau Realisme, in cui è il mondo intero a trasformarsi nel palcoscenico dell'arte; la triangolazione autore-interfacce-spettatore e, come ultimo elemento imprescindibile, l'aspetto performativo.
Duchamp stesso, in un'intervista rilasciata nel 1955 alla MBC, paragonò il gioco all'arte, affermando che entrambi sono mezzi di espressione che ampliano gli orizzonti della conoscenza e della creatività, sia in chi li pratica e sia in chi vi assiste. Per esempio, per l'artista, gli scacchi rispetto all'arte sono: "[...] Un'altra faccia della stessa forma di espressione mentale, una faccia minuscola, [...] ma abbastanza diversa dalle altre da divenirne distinta e di conseguenza da aggiungersi al tessuto della mia vita".
Per Duchamp, l'arte doveva essere declinata nell'esprit, termine che in francese ha il doppio significato sia d'intelletto che di humor. L'artista considerava molto seriamente il gioco, dal momento che in esso vedeva una nuova prassi concernente l'ambito concettuale e artistico: la costruzione del meccanismo che determinerà la vittoria o la sconfitta del giocatore e, proprio questo aspetto competitivo del gioco, era un qualcosa di terribilmente affascinante a suoi occhi. E,

in una missiva indirizzata alla sorella Susanne, scrisse che aveva realizzato a New York dei "ready- mades", acquistando degli oggetti che aveva provveduto a firmare e a personalizzare con delle didascalie in inglese, chiedendole di aiutarlo a realizzarne uno a distanza, scrivendo una frase all'interno del cerchio inferiore dello scolabottiglie e poi di firmarlo. Possiamo notare che nella richiesta di Duchamp alla sorella era indicato un "comando" ben preciso: quello di collaborare alla definizione dell'opera d'arte, non con una traccia qualsiasi, ma con una significante per lei, ma in un punto suggerito, invece, dall'artista, che si era preoccupato di non definire in modo univoco l'opera. L'opera, così, era lasciata dall'artista il più "aperta" possibile all'interazione e al "caso", e quest'ultimo aspetto è inteso nel senso di un ventaglio di possibilità aperto all'imponderabile, che investe e stravolge la progettualità causa-effetto. Questa prassi artistica e concettuale è la stessa che anima l'universo videoludico in cui il giocatore, chiamato player, contribuisce ad ampliare e a definire, in modo autoriale e creativo, il significato dell'opera, personalizzandola con le proprie scelte, che non saranno mai identiche a quelle degli altri player.
Inoltre Duchamp, concludendo la sua lettera, specificò alla sorella che era inutile che cercasse di capire il significato dei ready-made perchè erano totalmente diversi dall'arte tradizionale e comunemente accettata.
La nuova concezione di Marcel Duchamp dell'oggetto d'arte, unita al rifiuto della "pittura retinica" rappresentata dall'arte tradizionale; la sua continua provocazione e sfida all'intelligenza dell'osservatore, come in un match di una partita e l'indagare in termini quasi scientifici le leggi del caso per scoprirne un metodo idoneo che gli consentisse di prevedere il risultato artistico delle sue opere, scatenarono una dura reazione da parte della critica ma, nello stesso tempo, si trasformarono nel terreno fertile su cui far germogliare una nuova concezione dell'arte. Infatti, Marcel Duchamp è considerato uno dei padri fondatori dell'arte contemporanea, assieme a Picasso, e ha contribuito a dare un importantissimo nuovo corso alla Storia dell'Arte, ispirando intere generazioni di artisti e le correnti artistiche della Pop Art, del Minimalismo, dell'Arte Concettuale, Fluxus e della Game Art. Duchamp, inoltre, dichiarò che l'arte non deve essere uno scopo di vita ma un mezzo di espressione: lo stesso significato che assume anche per l'artista che si esprime attraverso i videogame.

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

Il rapporto "Arte e Gioco" è denso di significati e rimandi, tale da permettere l'apertura di nuovi e diversi orizzonti di ricerca e sperimentazione in ambito creativo.
L'importanza della riappropriazione dell'aspetto ludico dell'arte è tra gli elementi caratterizzanti della Game Art. La Game Art crea nuovi linguaggi di espressione artistica, con delle modalità di assimilazione e di riconfigurazione che la rendono molto simile alla Pop Art, per quanto concerne l'esuberante identificazione con tutte le forme extraculturali.
Questa nuova arte mostra alcune precise caratteristiche: essere un percorso in cui il fruitore ha a disposizione uno spazio visivo, temporale e percettivo che può essere indagato e scoperto in modi trasversali, come l'esperienza del reale. Mira ad abbandonare l'oggettualità in favore dell'azione tangibile, performativa, individuale o collettiva e, anche quando, in un gioco di ribaltamenti e di rimandi, non abbandona necessariamente l'oggettualità, si ibrida con l'universo videoludico, ispirandosi alle sue estetiche, iconografie, personaggi e narrazioni.
La Game Art rende manifesto ciò che scriveva, in modo profetico, Pierre Lèvy: " [...] Ora l'ambiente Tecno culturale emergente innesca lo sviluppo di nuove forme d'arte, che ignorano la separazione tra emissione e ricezione, composizione e interpretazione."
Quest'arte sposta l'attenzione dall'oggetto al processo di costruzione di spazi personali e collettivi di comunicazione, che hanno la caratteristica di essere altamente interattivi e performativi, in grado di ingenerare un'intensa riflessione critica sul Sé, sulla società e cultura contemporanea e, nello stesso tempo, trasformarsi nel palcoscenico di una profonda espressione creativa personale.
Con la diffusione dei videogame che, oltre a far giocare l'utente, sollecitano un suo intervento creativo e attivo, si è andata delineando la via per un'infinità di pratiche ludiche e artistiche. Per esempio, il Game hacking consente di modificare il codice eseguibile del gioco in base alle proprie esigenze. Si deve specificare che le operazioni di hacking sono illegali perché consentono di togliere le protezioni ai videogame, tipo per far raggiungere infinite vite ai personaggi... E, inoltre, tali operazioni sono eseguite da programmatori molto esperti o dagli hacker. L'hacking va a manipolare il codice eseguibile scritto in codice macchina, che ha, a sua volta, anche una sua modifica più semplice, Assembly, vicina al linguaggio binario, con i programmi di alto livello come: Basic, C, Java e tantissimi altri.
Invece, il Machinima si è trasformato in un sottogenere cinematografico anche grazie all'introduzione, nei videogame stessi, di strumenti integrati di regia. Cosplay e Role-playing si traducono in vere e proprie performance in grado di esteriorizzare concretamente le narrative e i personaggi tipici dei videogame, calandoli nella realtà. Il giocatore può essere considerato come un attore di teatro che prende parte a un evento performativo in tempo reale, che lo investe e lo trasforma, a livello cognitivo e percettivo, nel fulcro attorno a cui ruotano input che poi traduce in una serie di percorsi narrativi densi di significato, instaurando un vero e proprio dialogo attraverso il videogame. L'azione del giocatore, individuale o in multiplayer, viene trasformata progressivamente dal rapporto con il videogame, e quest'ultimo adattato e reso espressivo dalle scelte particolari del giocatore. Il player, così, mette in scena se stesso, in un territorio d'esplorazione e di sperimentazione in cui esperisce infinite possibilità creative e conoscitive, e in cui i codici della propria cultura, assieme agli aspetti della percezione e comunicazione, possono essere rivisitati attraverso i videogame e costituire la rampa di lancio per conoscere la realtà da un diverso punto di vista: mobile, aperto e possibilistico, che arricchisce e contribuisce ad ampliare, in modo esponenziale, non solo la sua visione, ma tutto l'immaginario collettivo da cui è generato a sua volta.

A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è sì, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

Nel 2011, sono stata invitata dalla curatrice Debora Ferrari a prender parte alla mostra: Neoludica. Art is a game 2011-1966, inserita negli Eventi Collaterali della 54° Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale d'Arte di Venezia, e a realizzare e produrre un film d'arte che fosse, nello stesso tempo, il manifesto artistico di Neoludica (campo di ricerca artistica italiana, inserita nell'ambito della sperimentazione concernente la Game Art) e un documentario che esplorasse, in chiave sperimentale, le radici culturali della Game Art e l'affascinate connubio intercorrente tra Arte e Gioco.
Per la mia opera Over Game, avevo deciso di adottare il genere cinematografico Postmoderno con la forma stilistica e narrativa del crossover, così come è utilizzato nella musica e nei videogame, e non nel cinema, in modo da attingere a generi e fonti d'ispirazione diversissimi, che rimandavano a loro volta a differenti ambiti culturali e artistici, ibridando e rendendo così ancora più "sinestetica" la narrazione. Alla fotografia del mio video ha collaborato il mio professore di Scenografia dell'Accademia di Belle Arti di Roma, Nicola Giuseppe Smerilli; il compositore cinematografico per delle Major del Cinema a Hollywood, Alessandro Porcella, che cura la parte musicale dei miei video dal 2009 e altri validissimi collaboratori che hanno reso possibile, grazie al loro contributo, la realizzazione di Over Game. Il mio film d'arte vuole esplorare il videogioco oltre il videogioco, andare "over the game", oltre le sue logiche più immediate. L'essenza dell'opera non è soltanto tecnologia o soltanto arte nel vecchio senso "analogico". E' tutto questo, ma è soprattutto una visione su una molteplicità di orizzonti narrativi. Un incastro, un ibrido, una riflessione in cui il videogioco si rispecchia, si ritrova, si scompone nei suoi elementi e poi si ricompone in altre forme e in altri generi. Sperimenta un'inversione di prospettiva che permette anche al videogioco di guardare, rivolgersi, addirittura di "parlare" al suo osservatore. Ecco allora che il videogioco diventa un ambiente sociale, umano, e non soltanto tecnologico. E' questa la sfida, di Over Game: superare l'antitesi uomo-macchina per percorrere un secondo Umanesimo, un "Tecno-Umanesimo" dove l'Uomo vitruviano diventa umano e androide. E, al tempo stesso, intorno a lui si muove un mondo reale-virtuale pienamente interattivo. Over Game focalizza questa lunga curva sull'evoluzione del videogioco centrando la sua narrazione sulla compenetrazione tra uomo e androide, soggettivo e oggettivo, creatore e creatura. Il punto di vista, non è solo quello del videogiocatore o dell'autore del videogioco, è anche quello della macchina, del videogioco stesso, che si guarda allo specchio e riflette un'immagine sempre più umana. Invece, con la performance Hyperlink (Ad)Dress, che ho portato in scena in occasione del Finissage della mostra Assassin's Creed Art (R)Evolution, svoltasi al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano, mi sono ispirata a un personaggio dei videogame, l'assassina Aveline de Grandpré, protagonista di Assassin's Creed III: Liberation. Proprio questa operazione di calare un personaggio dei giochi elettronici nella realtà contingente, mi ha permesso di spaziare su più livelli di forma e significato. In Hyperlink (Ad)Dress è presente un cross over tra il costume design e il cosplay, quest'ultimo è una forma di espressione che fa parte della "fan art" e che ho scelto, in modo irriverente, di adottare per la mia arte. Ho voluto che fossero presenti e convivessero più "livelli" di fruizione dell'opera, infatti, era lo spettatore stesso che poteva decidere se accedere o meno ai contenuti allocati online attraverso uno smartphone dotato di un'App, che traduceva le informazioni dei codici QR posizionati sul cosplay indossato dalla modella durante la performance.
Volevo esprimere il concetto che noi, attraverso i corpi virtuali dei personaggi dei videogames, sperimentiamo nuove forme di identità. "Impersonando" i personaggi dei videogame, in realtà, conosciamo noi stessi: le nostre potenzialità, i nostri limiti, il subconscio e le abilità rivolte alla risoluzione immediata dei problemi assieme alle strategie più idonee. Un videogame ci parla di noi stessi molto più di quanto immaginiamo e siamo di fronte a un nuova arte che per interposta "persona", attraverso l'avatar del personaggio virtuale, allarga l'orizzonte del nostro sguardo. Per la prima volta, ora, a differenza del teatro in cui il senso dell'opera è affidato agli interpreti in scena, i primi attori nei videogames siamo noi stessi e quindi svolgiamo un'azione sia "attiva" e sia "contemplativa". Siamo attori e spettatori nello stesso tempo.
In una delle ultime mostre a cui ho preso parte, GamificAction, interazioni con il futuro, dedicata alle tecnologie e alle prospettive della realtà virtuale, e svoltasi al Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci di Milano, a cura di Luca Roncella, Interactive Producer del Museo, volevo esprimere il concetto della fluidità della vita contemporanea e del tempo all'interno delle realtà virtuali. Il mio video-machinima "Gimme just a little more time" assume la prospettiva del punto di vista della tecnologia e dell'esperienza esperita attraverso la tecnologia: non più esperienza diretta di un dato tangibile, ma modello, rappresentazione e simulazione del reale. Le nostre esistenze scorrono, infatti, a cavallo di questi due mondi, il reale e il virtuale, siamo sempre più tecnologici, sempre più accelerati e intrinsecamente legati alla tecnologia, lanciati alla velocità della luce nell'esplorazione di una realtà virtuale più concreta del reale. Nell'opera, cerco di sollecitare delle riflessioni da parte dello spettatore, con queste domande: Come scorre il tempo all'interno del virtuale? Perdiamo pezzi di vita reale o guadagnamo "livelli" di esperienza arricchita che, per certi aspetti, ci fanno sperimentare la sensazione di una vita "illimitata"? E allora, che significato hanno il reale e l'artificiale nella nostra società contemporanea? Possiamo delineare una precisa linea di confine? Il mondo in cui viviamo è "naturale" o "artificiale"?
Ultimamente, sto lavorando a delle opere che hanno come oggetto l'iconografia e i miti dell'Antica Grecia, che ambiento nelle scenografie videoludiche e poi elaboro graficamente. Sono affascinata, come Duchamp, dall'aspetto imprevedibile del caso e così lascio che il mio computer vada in errore per poi estrapolare l'immagine glitch, che è il risultato di un errore del sistema, che non posso prevedere e che è dettato esclusivamente dal caso. Concordo con Balzac che affermava che il caso è un grande artista e allora, perchè non abbandonarci alle trame del caso, qualche volta, piuttosto che lasciarci travolgere sempre dalla mania, tutta contemporanea, di controllare tutto e tutti attraverso la tecnologia? Non sarebbe più bello ribaltare il proprio punto di vista e lasciarsi trasportare dalla tecnologia lungo le strade di nuovi modi di vedere inesplorati, in cui sospendiamo il giudizio e perdiamo il controllo, abbandonandoci all'estasi-estetica del caso? E, sulla strada della compenetrazione del cinema interattivo con l'ambito videoludico, sto sperimentando nuove soluzioni tecnologiche con i collaboratori del mio studio, in un percorso che coinvolga sempre più lo spettatore su punti di vista inusuali.

Ci può descrivere nel particolare il ruolo e l'attività del Concept Artist?

Il concept artist si occupa dello sviluppo e del design dei personaggi, assieme alle ambientazioni dei videogame. Il concept artist, generalmente, in una prima fase elabora i concepts (schizzi), producendo fino a un centinaio di schizzi con stili e tecniche diversi.
Il processo creativo prende il via da idee a cui da forma con una penna e un foglio di carta, poi, se i bozzetti sono approvati, saranno pronti per essere acquisiti attraverso uno scanner e modificati attraverso programmi di elaborazione grafica e fotoritocco. Alcuni concept artist tendono ad utilizzare mezzi di espressione tradizionali come il disegno e la pittura, ma la maggior parte, invece, utilizza programmi come Adobe Photoshop.

La Concept Art per Videogiochi. Quanto è importante il ruolo del concept artist all'interno della produzione di una esperienza ludica?

La concept art è molto importante per la vita di un videogame, non solo è paragonabile alla funzione che gli storyboard e le scenografie svolgono in ambito cinematografico, ma ha stretti legami con il mondo del fumetto, della fantascienza e del fantasy. Inoltre, la concept art come tutte le manifestazioni derivanti dall'iconografia pop, gode di ampio seguito da parte del pubblico, specie di quello più giovanile, che si manifesta con un vero e proprio collezionismo e culto. La concept art sollecita anche la fan art, creata non da artisti ma da un pubblico di fan, che rielabora con la propria sensibilità i caratteri espressi dalla concept art, un pubblico di veri e propri devoti che divulga la "propria" concept art attraverso i social network e tutti canali di condivisione online.
La concept art anticipa la storia e i caratteri dei videogame sulle riviste, sui booklet e cataloghi di settore, creando aspettativa, come avviene con i trailer e le immagini di scena dei film in ambito cinematografico; si preoccupa anche di rendere omogenei, a livello stilistico e narrativo, le diverse versioni del gioco. Questa espressione artistica, ha un ruolo per nulla di secondo piano, ma trova la sua forza espressiva proprio dagli input che riesce a generare e a connettere, ponendosi a modello, ispirando l'intera creazione del videogame e poi comunicando quest'ultimi su ogni forma di comunicazione online e stampata. La concept art si può considerare la vera anima di tutto il processo creativo dei videogame.

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

Si noti che la figura del game designer è relativamente recente ed è stata motivata in primis dal progresso tecnologico. Le risorse grafiche e la componente audiovisiva dei videogame, dei primi anni Ottanta, erano realizzate dai programmatori. Le immagini e la grafica erano parte del codice: il creatore si limitava a specificare il colore dei pixel e altri parametri come posizione, dimensione e animazione. Con l'introduzione di piattaforme più tecnologiche come i processori grafici dedicati (GPU), il game designer ha assunto una sua importanza strategica all'interno del processo produttivo. Il game designer è la figura più importante all'interno di ogni produzione, con un'importanza paragonabile a quella del regista nell'ambito cinematografico. Ha conoscenze generali, tali da permettergli di indicare ai collaboratori della produzione le più idonee strategie narrative nel gioco: il layout grafico, la musica, lo stile, etc. etc.

Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Io credo che la responsabilità sociale del Game Designer sia molto relativa e circoscritta, essendo un professionista che lavora su contenuti che, in un certo qual senso, sono richiesti dal target del pubblico di riferimento. E, se tale pubblico di riferimento ama nel corso degli anni videogame alla Doom o gli sparatutto, solo per fare un esempio, sarebbe bene interrogarsi su ciò che accade "behind the scenes", ovvero dietro le quinte del mondo emozionale ed esperienziale dei player e, ancora di più, su ciò che si agita all'interno della cultura contemporanea che riflette.
I videogame evidenziano aspetti che sono oggetto di studio della sociologia e dell'antropologia: si potrebbero definire dei laboratori in action, ovvero dei veri e propri spazi esperienziali in cui ci si relaziona con i videogame ma, nello stesso tempo, si da vita, per mezzo dell'interattività, che connette l'uomo al medium elettronico, a una vera e propria esperienza performativa che investe il proprio sè, pieno di implicazioni e rimandi sociali, cognitivi, emozionali e di problem solving.
Che significato ha assunto, nella nostra società contemporanea, la parola etica? Che contenuto, al giorno d'oggi, si può fregiare del titolo di etico? E' meno etico un videogame sparatutto 3D o le crude immagini di guerra e cronaca che inondano le nostre case, quando meno te l'aspetti, quando magari stai consumando i pasti tranquillamente con la televisione accesa? La nostra società non sta vivendo forse un inarrestabile processo di anestetizzazione dalle emozioni, in cui il concetto dell'identità e della prossimità fisica sono stati messi duramente e irrimediabilmente in crisi?
Io credo che i videogame siano finiti troppo spesso e ingiustamente sul banco degli imputati, assieme ai game designer e alle software house, come istigatori di comportamenti poco etici e, a volte, fuorilegge e delittuosi. Ma se dobbiamo condannare senza possibilità di appello i contenuti di molti videogame commerciali, allora, circoscriviamo il corpo del reato. E quale sarebbe allora? Forse l'interattività del giocatore che diventa "complice", operando delle scelte nel videogame? E allora, leggere American Psyco ci candida ad essere spietati serial killer?
Il tema dell'impatto sociale che i videogame possano avere sulla nostra società mi interessa molto perché è un tema avvincente, in cui si può leggere il passato e il presente ma, soprattutto, in che direzione sta evolvendo la nostra società.

Fox Harrell, nel libro Phantasmal Media, affronta la questione da un diverso punto di vista, affermando che le persone stanno costruendo sistemi basati sulla loro formazione pregressa e sulle loro esperienze, e che, a un certo punto, ci sono decisioni soggettive che le inducono a compiere certe scelte, importando tali sistemi valoriali nei media elettronici. E proprio perché i media computazionali si stanno espandendo, secondo Harrell, che ha anche fondato e dirige l'Expression Laboratory (ICE Lab), Imagination e Computation del MIT, dovrebbe spingere designer, programmatori e ingegneri in direzione della creazione di contenuti con profondità e significato, esercitando nello stesso tempo l'autoconsapevolezza dei presupposti culturali. I programmatori possono pensare di costruire opere multimediali, come nel caso dei videogame, che esprimano i pensieri e i sentimenti dei giocatori, piuttosto che giochi in cui i giocatori adottino i ruoli dei personaggi che riflettono percorsi culturali diversi dalla loro esperienza. Per Harrell: "La cosa potente, per me, di molte opere d'arte, della letteratura e del cinema, è la loro capacità sia di creare mondi immaginari e sia di esprimere idee in modo poetico, che ci facciano riflettere e che contribuiscano a cambiare la nostra società e cultura. [...] Un sacco di persone dà per scontato le interfacce che usiamo tutti i giorni attraverso i media, come gli shop online o videogiochi. Pensano che questo è il modo in cui il mondo sia strutturato. In realtà, quando vediamo le immagini o i personaggi nell'ambiente dei videogame, o quando vediamo un mondo virtuale, gli sviluppatori stanno costruendo sistemi valoriali in tutti questi sistemi."Anche Katie Salen e Eric Zimmerman, nel libro Rules of Play, hanno osservato, in modo arguto, che un game designer non crea tecnologia, un game designer crea un'esperienza. E, dal mio punto di vista, partendo dall'enorme trasversalità dei videogame, dal potere che hanno nel veicolare e tradurre le nostre esperienze individuali e collettive, e nel farsi modello dell'intera realtà, possiamo riconfigurare un diverso modo di esperire, più approfondito e cosciente di noi stessi e degli altri.

Mi piace paragonare il player dei videogame, oltre a un attore, all'importante ruolo assunto dalla figura dell' "osservatore" nell'ambito della meccanica quantistica, in cui la probabilità che qualcosa avvenga è strettamente legata all'atto di osservazione, ovvero alla "scelta", che diventa coerente con ciò che prevede di vedere l'osservatore. Il player, come l'osservatore, determina ciò che si verificherà e sperimenterà, e il suo particolarissimo punto di osservazione.

E, sullo slogan "It's not a game", ossia, non è un gioco, che appare come una vera e propria dichiarazione d'intenti e imperativo, agisce un'attiva e impegnata community di player di videogame che sta aiutando gli scienziati con soluzioni e scoperte brillanti, rivoluzionando l'idea comune della gente che vede il gioco come un qualcosa di disimpegnato, poco serio e con uno scarso impatto sociale. La neuroscienziata Erinma Ochu, dell'Università di Manchester, ha chiarito il perché gli scienziati si rivolgono ai giocatori: "I nostri cervelli sono orientati a riconoscere i modelli e lo facciamo meglio rispetto ai computer. Questo è un nuovo modo di lavorare per gli scienziati, ma basta che imparino ad affidarsi agli sviluppatori dei giochi per fare quello che sanno fare meglio: creare grandi giochi. Allora possono contare su migliaia di persone da tutto il mondo che lavorano sui loro dati ." Invece, Zoran Popovic è il direttore del Centro Game Science presso l'Università di Washington e co-creatore di Foldit, un gioco di puzzle online sulla struttura di un enzima che causa una malattia simile all'AIDS nelle scimmie: i ricercatori stavano lavorando sul problema da 13 anni mentre i giocatori online hanno risolto il problema, nel 2011, in tre settimane. Popovic afferma con forza che la scienza ha bisogno di più persone e, visto che i player spendono più di 3 miliardi di ore a settimana giocando online, se anche solo una frazione di quel tempo fosse utilizzata per la scienza, i laboratori di ricerca scientifica di tutto il mondo avrebbero accesso a una quantità impressionante di materaile cognitivo. Il trucco, però, è quello di rendere i giochi più coinvolgenti e "giocabili" perchè più grande è il dataset generato e più affidabili sono i risultati.

La vera rivoluzione, a mio avviso, sarebbe nel capire come incanalare ed esprimere al meglio il potenziale infinito offerto dai videogame, mettere tra parentesi l'autoreferenzialità della cultura dominante che riflette e che, ci tengo a sottolineare, non è un limite dei videogame, e pensare a come utilizzare al meglio questo immeso potenziale come potente mezzo di conoscenza, espressione e comunicazione interattiva in tutti gli ambiti. Appare chiaro come i videogame siano un mezzo formidabile per espandere gli orizzonti della conoscenza, coinvolgendo tutti in questo processo di definizione: dal game designer al player, attraverso la creazione di un processo di feedback e di moltiplicazione dei punti di vista da cui si sperimenta il mondo da diverse posizioni, abbandonando le credenze limitanti e abbracciando le infinite possibilità offerte dalla tecnologia, con cui si esprime.

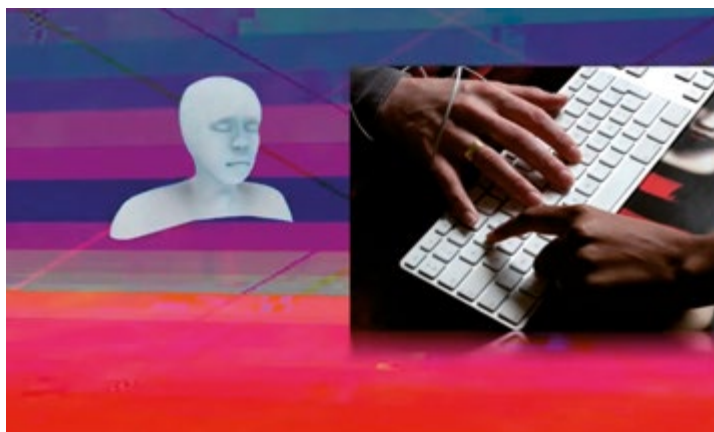
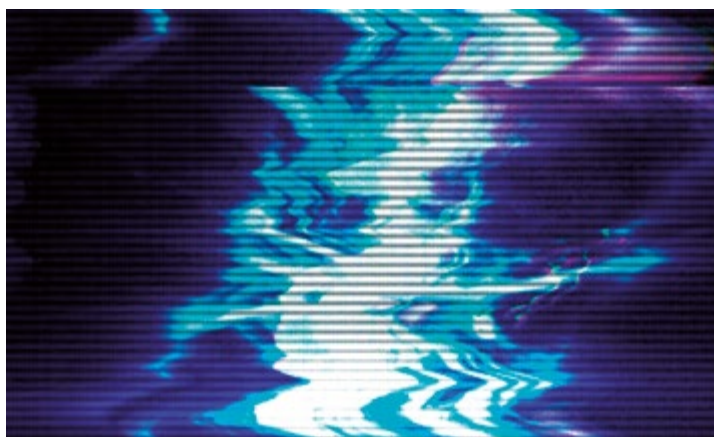
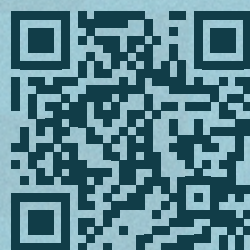
Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada?

I videogame indipendenti sono sempre più in crescita e apprezzati dal pubblico formato da gamer e appassionati che ne apprezzano i contenuti originali, dopo aver fatto incetta di titoli più commerciali e maggiormente famosi.
I developer indipendenti, in gergo gli "indies", sono costituiti generalmente da un massimo di due persone che lavorano da casa e, solo in secondo momento, quando i videogame assumono una forma più strutturata, si avvalgono della collaborazione di grafici, programmatori e compositori per la musica.
Non esisterebbe una forte crescita del settore indie, se non ci fosse un forte spirito collaborativo da parte della community online di gamer e appassionati, che supporta i videogame indipendenti in ogni sua fase. Le grandi software house, generalmente, si basano su idee già sperimentate, puntando a colpo sicuro su "remake" di videogame già famosi e collaudati sul mercato, su cui c'è la previsione di introiti sicuri, invece, la forza degli indie è la sperimentazione, la libertà delle idee unita al controllo creativo in ogni fase di produzione.
I giovani developer indipendenti che vogliano avere successo creando giochi che incontrino il favore del pubblico e della critica, dovrebbero considerare alcuni fattori prima di buttarsi a capofitto nel mondo della produzione dei videogame indie: la formazione; l'esperienza maturata sul campo presso qualche software house; la forte passione per l'ambito videoludico e la capacità di distinguersi da tutti gli altri, con idee brillanti espresse con un design innovativo e di forte impatto, che catturi subito l'attenzione e gli investimenti di una Major o del pubblico, tramite il crowdfunding.
Un caso emblematico è quello del videogame Murasaki Baby creato dalla software house Ovosonico, fondata dal game designer Massimo Guarini e dal musicista Gianni Ricciardi. Massimo Guarini, dopo una lunga esperienza maturata in giro per il mondo come developer al fianco di game designer famosi, ha deciso di mettersi in proprio e di fondare in Italia una casa di produzione di videogame sul modello di una factory warholiana però altamente tecnologica, alla Google.
L'idea creativa vincente, in Murasaki Baby di Ovosonico, è stata quella di puntare tutto su una grafica accattivante, resa con ambientazioni e personaggi come se fossero disegnati a mano e ispirati allo stile delle illustrazioni di Tim Burton. L'altra idea di successo è stata quella di sviluppare una narrazione fortemente emozionale che fa leva sulla capacità del giocatore di "prendersi cura" della bambina, personaggio protagonista del videogame, proteggendola da mille ostacoli e aiutandola a trovare la mamma.
Murasaki Baby di Ovosonico è un incoraggiante e brillante esempio di come un videogame indie possa riuscire a essere prodotto e distribuito dalla Sony sulla console portatile PS Vita e, a breve, sulla PlayStation 4. Recentemente, Murasaki Baby è stato insignito del Best Of E3 2014 Awards, nella sezione Best Vita Exclusive, all'E3 (Electronic Entertainment Expo) di Los Angeles.
E ci sono altri brillanti esempi come Ovosonico: We Are Müesli formato dalla visual designer Anna Molinari e dallo scrittore Matteo Pozzi, che hanno creato un videogame indie che è arte, Cave! Cave! Deus Videt, vincendo un premio di 25,000 € al concorso internazionale Bosch Game Art della Fondazione Jheronimus Bosch. Cave! Cave! Deus Videt permette alle persone di sperimentare l'arte di Jheronimus Bosch con i giochi elettronici, da un punto di vista originale e visionario, e attraverso la sensibilità contemporanea. Inoltre, l'Indie Games Studio dei Santa Ragione, che con il videogame Fotonica, hanno preso parte alla sezione 'Italians do it better!' curata da Domenico Quaranta e Matteo Bittanti all'interno della mostra, Neoludica. Art is a game 2011-1966, della 54° Esposizione Internazionale d'Arte di Venezia. Questa software house indie ha in comune, con Ovosonico e We Are Müesli, il fatto di creare vere e proprie opere d'arte interattiva, che le distingue ulteriormente dal panorama dei videogame indie, che è già iper creativo e caratterizzato.
Nel campo della formazione per lo sviluppo dei videogame, sono ormai tante le realtà impegnate in Italia su questo fronte, alcune rappresentano delle vere eccellenze, come i corsi di Videogame Design and Programming di POLIMI (Politecnico di Milano) e l'Online Game Design dell'Università Statale di Milano, diretti dai professori Laura Ripamonti e Dario Maggiorini. Realtà didattiche che fungono da vere e proprie fucine di talenti per le future generazioni di game designer, creando contest, festival, incontri e vere e proprie opportunità con le Major dell'industria videoludica.
Un'importante figura di primo piano in Italia è svolta da AESVI (Associazione Editori Sviluppatori Videogiochi Italiani), che rappresenta i produttori di console, gli editori e gli sviluppatori di videogiochi operanti in Italia. L'Associazione nasce nel 2001 per iniziativa di un gruppo di publisher presenti sul territorio italiano con lo scopo di rappresentare, promuovere e tutelare gli interessi collettivi del settore presso le istituzioni.
Il mondo della rete, come abbiamo già visto, è quello più fertile dove nascono i nuovi fenomeni emergenti del mondo videoludico, in grado di ispirare nuove tendenze e, nello stesso tempo, di lasciarsi ispirare dalle suggestioni creative e dall'aspetto collaborativo degli utenti connessi online. E poi, volendo tentare la ribalta internazionale, se si ha un brillante progetto di videogame indie, basta partecipare al festival IndieCad, un importante festival per i videogame indipendenti come lo è Sundance per il cinema indie, che supporta lo sviluppo dei giochi indie e organizza una serie di eventi internazionali, mostrando il futuro dei videogame indipendenti. IndieCade è focalizzata sull'innovazione e sull'arte dei media interattivi, contribuendo a creare una percezione pubblica dei videogame come ambito ricco e variegato, artistico e culturalmente significativo.
Sarebbe bello se in Italia ci fossero, non poche, ma tantissime realtà operanti nel settore dello sviluppo dei videogame indipendenti a raccontarci di tutte le loro esperienze vincenti, dal momento che ci sono tutte le capacità e le risorse creative per farlo.

Game e play: tante sono le forme nelle quali si può declinare questa relazione, in considerazione dell'esperienza da lei maturata nel settore, ci può dare una sua riflessione o considerazione in merito?

Le parole "game" e "play" in inglese sono fortemente connesse e rimandano all'attività del giocare e della recitazione. Nel teatro l'attore (the actor o player), trasmette le proprie emozioni allo spettatore che è "vicino" fisicamente a lui, rispetto a quello del cinema. Infatti, lo spettatore partecipa emotivamente alla rappresentazione teatrale, compenetrandosi totalmente nelle emozioni che suscita l'attore.
Aristotele ha detto che l'essenza del teatro è mimesi. Mimesi ha la doppia valenza di significato di "imitazione" e di "rispecchiamento" e il teatro greco, già dalle sue origini, ha giocato sull'attivazione dei processi cognitivi e fisiologici dei neuroni a specchio da parte degli spettatori. Non solo la tragedia greca imitava la realtà, ma gli spettatori erano parte attiva della narrazione scenica, facendo emergere le proprie emozioni più profonde, in un feedback di emozioni in risposta a quelle suscitate dagli attori.
Ogni videogame, così come ogni rappresentazione teatrale, ri-specchia e ri-crea, in modo interattivo, le emozioni, abbattendo la distanza "prossima" tra autore e spettatore e contribuendo a investire il proprio mondo esperienziale di nuovo significato, fatto di input culturali ed esperienziali, in un processo infinito di ri-creazione dell'identità e dell'idea del mondo.
L'azione del giocare equivale a una performance d'arte ad alto tasso interattivo, in cui il player, come un attore di teatro, attiva un dialogo narrativo per mezzo delle interfacce dei giochi elettronici e in cui la tecnologia stessa si trasforma in un portale che spalanca gli orizzonti della conoscenza. L'artista multimediale e professore universitario Randall Packer, fondatore dell'Agenzia governativa US Department of Art & Technology di Washington, e autore dell'importante e predittivo libro, From Wagner to Virtual Reality, scrive a proposito dei videogame: "Laddove il teatro ha inizio con la nozione di sospensione deliberata dell'incredulità, l'arte interattiva prende avvio dal punto in cui il teatro (e il cinema) si fermano, proponendo racconti biforcanti, non lineari e guidati dagli utenti. L'abdicazione del controllo autoriale costituisce da sempre una questione spinosa per i creatori di opere interattive, con un'unica eccezione significativa: i videogame."
Infatti, il fascino dell'interattività consiste nell'abbandono del controllo dell'autore sull'opera, che implica l'accedere in un ambiente relazionale, condivisibile con il fruitore, che ha la piena libertà di esperire i contenuti dell'opera come meglio crede. Nel caso dei videogame: il game designer crea sia gli spazi del gioco e sia gli ambienti narrativi in cui "agisce" il player che, come un attore di teatro, dà vita alla propria performance, sia da solo che collettivamente, in multiplayer, muovendosi e agendo un una dimensione spaziale ricca di possibilità di narrazione create dall'autore del gioco elettronico.
Infatti, Chris Crawford, pioniere dei game designer americani, ha dichiarato: "L'interattività non è sugli oggetti, si concentra sulle azioni. [...] Abbiamo bisogno di processo, relazione.."
Qualsiasi narrazione è un mondo virtuale e il suo fine, oltre all'intrattenimento, è anche quello di esercitare l'immaginazione e di ridisegnare nuovi modelli di vita.
Il legame tra immaginazione e tecnologia ha origine nell'Antica Grecia. I drammaturghi greci hanno prodotto realtà virtuali tra

sponendo il lavoro della loro immaginazione creativa sulla scena.
La nostra idea del mondo e il modo in cui ci rapportiamo ad esso è stato influenzato in modo significativo dal teatro, così come dalla theoria, che in Grecia significava qualcosa da vedere, da osservare: la stessa parola theatron significava qualcosa da guardare. Il controllo sulla realtà veniva attuato attraverso un punto di vista distaccato che guardava le rappresentazioni della realtà.
Nei videogame, così come nel teatro, si è attori ma anche spettatori nello stesso tempo, calati in un mondo dinamico e "virtuale", influenzato dalle nostre scelte che infrangono la verticalità dei medium precedenti, come il cinema e la televisione. Per Roy Ascott la Realtà Virtuale altro non è che la realtà creata dalle narrazioni delle esperienze umane fatte con le tecniche e le forme narrative proprie di ogni epoca, e oggi, queste sono le forme interattive, videoludiche, digitali, telematiche e immersive
E, a mio avviso, anche l'uomo contemporaneo, e non solo il giocatore, può essere visto come un player perché si esprime in uno scenario sociale ed esistenziale in velocissimo cambiamento, dominato dalla tecnologia e dalle sue continue sollecitazioni a cui non riesce a tenere il passo e, per non implodere in uno stato in cui entrano in crisi la sua identità e idea del mondo, è obbligato a riconfigurare e a rimodellare, in un processo infinito, le sue azioni. Infatti, siamo immersi in un particolare corso storico in cui il verificarsi improvviso di un evento segna l'inizio della comprensione dell'intera realtà e in cui è minato alla base il nesso relazionale di causa-effetto. Oggi, la tecnologia è più veloce della capacità di comprensione dell'uomo e mancano i tempi fisiologici per metabolizzare e interiorizzare qualsiasi esperienza.
Bauman afferma che prima la realtà era "solida" mentre oggi è "liquida" perché non esiste più nulla di certo e perché ogni aspetto della vita può essere costruito in modo artificiale. E, in questo scenario sociale così sfuggente e precario, vi è però la capacità dell'uomo di proiettarsi con la propria immaginazione in orizzonti in cui ridisegnare la realtà per mezzo delle narrazioni e dei miti. Una tendenza che si potrebbe definire urgente e che si ricollega all'esigenza degli antichi greci di narrare e mettere in scena, attraverso le storie dei miti, i temi sociali più scottanti da dibattere.
Ecco allora che i videogame hanno la forza di creare i presupposti, come tutti i medium elettronici, per un grande cambiamento culturale e sociale che si estrinseca per mezzo delle narrazioni, che trasformano, sempre più, l'uomo in un "player": un attore che prende parte attiva al "gioco" del cambiamento della realtà, non più padrone o dipendente della tecnologia, ma intimamente interconnesso con essa; non più distinto, ma parte della narrazione e totalmente integrato con gli oggetti che manipola nella realtà virtuale dei videogame e che lo trasformano, in ultima istanza, in un campo relazionale che lo proiettano nel flusso della vita, rendendola più sociale, sinestetica e interattiva, riconducendo l'uomo alla sua stessa natura e a riscoprire il mondo con occhi diversi e pieni di meraviglia: grazie agli occhi "profondi" della tecnologia.
I videogame hanno tutte le potenzialità per trasformarsi, sempre più, in un potente portale per il cambiamento sociale e in una platea ricca di dialogo, che riconduce l'uomo all'uomo perché, come persone, siamo tutti intimamente connessi uno all'altro attraverso la tecnologia.
E, in questo particolare momento storico, un ruolo importante lo gioca l'artista che, come ha acutamente osservato Randall Packer, crea la condizione sociale del cambiamento: "L'intento dell'artista di raggiungere e avere impatto sul pubblico è accentuato dal fatto che l'utente può interagire, impegnandosi in maniera creativa con l'artista, con l'opera d'arte e il pubblico, grazie alla natura del network che dà la possibilità di collaborare e partecipare. Pierre Lévy ha descritto questa potente capacità nel testo Collective Intelligence: Piuttosto che diffondere un messaggio ai destinatari che sono al di fuori del processo di creazione e che sono, solo successivamente, invitati a dare significato all'opera, ora l'artista tende a dar vita ad un ambiente, un sistema di comunicazione e di produzione, un evento collettivo con i propri destinatari che trasforma gli interpreti in attori e consente all'interpretazione di entrare nel circuito dell'azione collettiva."
La prossima evoluzione dei videogame potrebbe essere, se non si cede all'utopia di trasformarli in un mondo parallelo in cui evadere definitivamente dalla realtà, quella di rispondere a una call to action dettata dall'urgenza storica di sottrarre l'uomo a uno scenario globale sempre più alla "Grande Fratello" e insensibile alle istanze dei singoli, tramutandosi, invece, in "gesto politico", inteso nel senso che gli dava Aristotele, come azione tesa al bene di tutti, con la determinazione di uno spazio comune a cui tutte le persone del "villaggio globale" possano partecipare.
L'azione è il messaggio, la nuova modalità di esperire la contemporaneità, e non più il medium è il messaggio, come affermava McLuhan. In questa epocale inversione di tendenza, il player si trasforma nel grande attore protagonista del cambiamento sociale in tutti gli ambiti, in grado di giocare un ruolo non indifferente nel plasmare la realtà come ambiente relazionale aperto, in cui la tecnologia, come affermava l'artista Paolo Rosa, dischiude il suo ruolo principale: essere il vettore di senso per progettare un mondo più umano, interconnesso e collaborativo.

GABRIELLA PARISI

Mauro Ceolin

Game designer e bio artist

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

...Mauro Ceolin ha fatto dell'ibridazione di registro una vera e propria bandiera. Alla base del suo lavoro, infatti, si trova un'attitudine analitica che è allo stesso tempo motivo scatenante e obiettivo da raggiungere. Le sue modalità di indagine si collocano al confine di un vasto corpo di discipline che vanno dalla sociologia alla biologia, dall'antropologia alla chimica, dalle scienze dei materiali alla neuroscienze. Di fronte ad un tale ventaglio di opzioni risulterebbe pressoché impossibile rispondere alla domanda di partenza, se non fosse per la straordinaria coerenza nell'operato dell'artista. (da "Mauro Ceolin: Etnografia Dell'immaginario" di Claudio Musso, Digimag, 2011)

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

...le escursioni virtuali di Mauro Ceolin si fanno sempre più audaci e perigliose. La serie SolidLandsapes conferma quanto andavamo sospettando da tempo: gli esseri umani stanno traslocando, in massa, negli spazi videoludici. É un vero e proprio esodo, motivato, in primo luogo, dal collasso ecologico degli spazi urbani contemporanei, dalle nuove e vecchie minacce all'equilibrio precario della polis, ma soprattutto dall'anacronismo strutturale della città di cemento, acciaio e smog. Richiamando l'attenzione dello spettatore sui luoghi interattivi dei videogame, Ceolin ne ribadisce la loro consistenza ontologica e topografica. Al progressivo smaterializzarsi degli spazi della città reali, sempre più invivibili e post-umane perché apocalittiche, fa da contro altare l'affermazione di nuovi luoghi di aggregazione sociale, le città invisibili della rete. L'agorà tradizionale, altamente mercificata e dunque svuotata di senso, si è trasferita nella dimensione virtuale. Mauro Ceolin abbozza una prima mappatura degli spazi videoludici: SolidLandscapes rappresenta una vera e propria cartina di tornasole delle trasformazioni techno-sociali che stiamo vivendo. (da "SolidLandscapes: un salto nell'iper-spazio" di Matteo Bittanti, 2004)

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

Nessun cambiamento di senso, il mercato videoludico naturalmente si sta espandendo in tutte le regioni tecnologiche esistenti (device di massa). Segnalerei come unico elemento "di novità" lo sviluppo (a partire dalla metà degli anni 2000) di realtà interessanti definite "Indie Game"

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

L'industria videoludica è una sfera sociale complessa. La progettazione videoludica ha raggiunto livelli espressivi tali da distinguersi da qualunque altra disciplina. Questo avviene grazie alla transdisciplinarietà dei settori impiegati nella realizzazione di un videogame.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività… quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game ?

Molto, basti pensare al suo carattere ipertestuale...

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

L'arte non è un gioco. La trasgressione (oggi, grazie ad alcune esperienze male interpretate) è un gioco mentale per una borghesia ingrassata. L'arte come linguaggio ci differenzia dagli altri animali, ci permette di costruire una storia culturale, anche se negli ultimi 150 anni stiamo delegando al mercato la costruzione di un senso storico. I giochi sono un fattore importante nei sistemi viventi (es. attraverso il gioco molti cuccioli di animali determinano le gerarchie sociali interne al gruppo).
Consiglio almeno la lettura di Homo Ludens di Johan Huizinga

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

La creatività è un passo verso l'ignoto, svolto da chi non ha secondi fini se non la propria curiosità, quindi un segmento universale per qualsiasi dinamica.

A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è sì, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

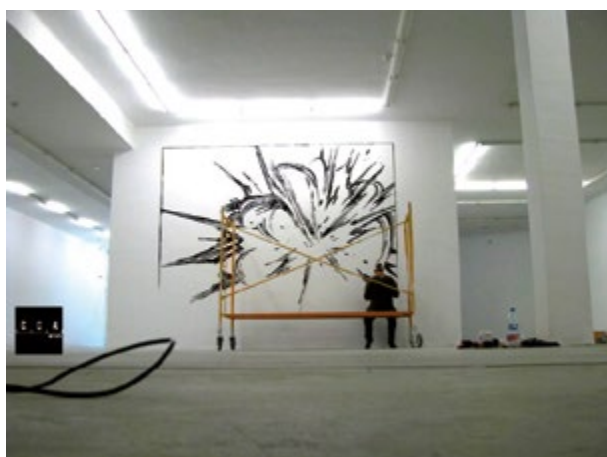
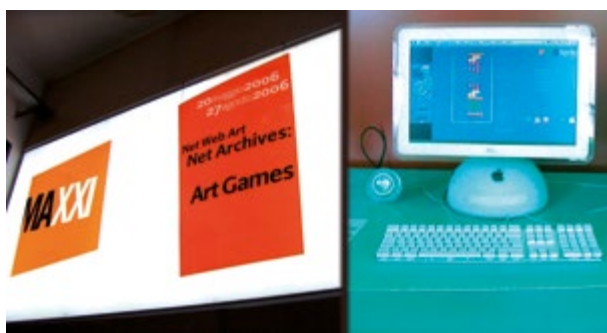
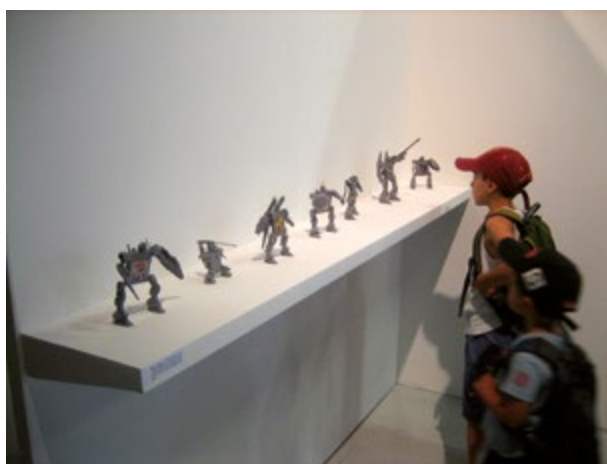
… da un lato l'occhio puntato sulla contemporaneità (estetica dei media, videogame, immaginario foto-cine-videografico) e dall'altro una passione di portata enciclopedica per la scienza (bio-fisio-zoologia). Da una parte l'attualizzazione delle riflessioni intorno ai concetti di paesaggio, ritratto, natura e dall'altra lo sviluppo della pratica relazionale, in cui il processo diviene parte integrante dell'operazione artistica.
Come mediare queste istanze apparentemente distanti? Attraverso l'utilizzo indiscriminato dei mezzi artistici, la cui selezione dipende esclusivamente dalla necessità di verificare teorie e supposizioni. Per questo non c'è prevalenza di pittura, scultura, installazione, libro, audiovideo, performance, semmai la necessità di integrare questi strumenti per divulgare i risultati del momento riflessivo. (da "Mauro Ceolin: Etnografia Dell'immaginario" di Claudio Musso, Digimag, 2011)

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

...se Andy Warhol ha dato un'anima alla pop art, Mauro Ceolin è riuscito ad attribuire un'aura all'estetica videoludica. E se Warhol ha glorificato Marylin Monroe, Ceolin ha trasformato Richard Garriott in una rock star, intuendo che i progettisti dei mondi virtuali sono le icone pop – ma anche idoli e feticci – della nostra cultura. Il paradosso, tuttavia, è che anche se i videogiochi sono parte integrante della mitologia del ventesimo e ventunesimo secolo, i loro creatori sono raffigurati da Ceolin come esseri comuni, ordinari, quasi banali. GamePeople (2002-2004) è una galleria di ritratti dei game designer che hanno contribuito a ridefinire il medium elettronico negli ultimi trent'anni. Gente comune che ha creato mondi fuori dal comune. (da "I gamescapes uber-pop di Mauro Ceolin" di Matteo Bittanti, 2004)

Il gioco ha insito in se l'aspetto comunicativo, con l'obiettivo fondamentale di suscitare una o un'insieme di emozioni e sensazioni nel giocatore. In tal senso il ruolo del Game designer può essere visto come un filtro tra il mittente e il destinatario. Quali sono le conoscenze essenziali che deve avere?

...Ceolin ci parla del mondo attraverso i creatori di mondi (il motto di Richard Garriott, fondatore di Origin, è "we create worlds"). In questo senso, Ceolin ci spinge a interrogarci sul ruolo del progettista nell'era dei free download e del peer-to-peer, dei mod e dei videogiochi (ri)creati interamente dai fans. Nei suoi ritratti, spesso i creatori di giochi e i personaggi occupano il medesimo piano di (iper)realtà. (da "I gamescapes uber-pop di Mauro Ceolin" di Matteo Bittanti, 2004)

MAURO CEOLIN

Mauro Salvador

Urban game designer e artista del collettivo Dotventi

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa? Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Dopo aver completato un dottorato in Culture della Comunicazione all'Università Cattolica di Milano, ho iniziato a lavorare con alcuni amici ed ex colleghi in un "collettivo" di game designer, Dotventi . Il collettivo finora si è occupato di game design "urbano", consulenze legate al marketing ludico e al serious gaming, versione consapevole e ponderata dell'abusato concetto di "gamification".
Tentiamo di inserirci in punta di piedi in un settore che nel nostro paese è abbastanza caotico e in cui esistono poche figure con una formazione professionale adatta. Anche nel mio caso del resto non si può parlare di una formazione accademica o professionale strutturata in quella direzione. Tuttavia, durante il dottorato ho svolto un progetto di ricerca sul concetto di ludicizzazione del reale partendo dall'idea che l'universo mediale e di conseguenza quello reale siano pervasi da una profonda predisposizione verso la ludicità. Ho analizzato diversi oggetti mediali, da Foursquare a WhaiWhai, da Shadow Cities a Critical City Upload evidenziandone il potenziale ludico e il grado di evidenza dello stesso.
Con una preparazione di questo tipo, insieme ai miei colleghi cerchiamo di proporci come organizzatori di giochi urbani a scopo promozionale o informativo, o in alternativa come punto di contatto fra committenti poco avvezzi alle dinamiche di game design e studi di sviluppo con poco tempo a disposizione per realizzare prodotti promozionali disegnati ad hoc in modo efficace.

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

L'era mediale contemporanea è stata definita il "Ludic century" da Eric Zimmermann e Heather Chaplin, il primo game desgner e docente di game design alla NYU, la seconda docente di giornalismo all'università New School di New York e affermata giornalista di settore . Il nostro secolo è caratterizzato dall'estrema necessità di proazione da parte dell'utente mediale, la cui attività si può serenamente ritenere integrante la definizione della sua individualità. In un contesto come questo, il concetto di ludico sfonda i confini del semplice svago diventando momento fondamentale nella "frenesia interattiva" dell'individuo. L'appeal del gioco, descritto dai guru di fenomeni contemporanei come la gamification, non si riferisce dunque solo alle potenzialità insite nell'attività ludica ma anche alla sua capacità di adattarsi con efficacia ed elasticità alle esigenze dell'individuo. Giocare non serve a zuccherare pillole amare, rendendo appetibili attività altrimenti noiose; giocare serve a compattare tali attività strutturandone lo svolgimento in modo chiaro e stimolante; una strutturazione che paradossalmente serve anche a liberarne il potenziale creativo, essendo il gioco per natura adattabile e modificabile in corsa.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Nel nostro paese la settorializzazione estrema fra ambito umanistico e tecnico preclude lo sviluppo in diversi settori produttivi. Io stesso sono limitato da una formazione tecnico-scientifica non sufficiente. Per questo in Dotventi per ora ci focalizziamo sulla realizzazione di esperienze di gioco urbano che sfruttano le tecnologie digitali nella forma di dispositivi e software già esistenti e ricontestualizzati, oppure realizzati da terzi su commissione.
A livello accademico lo scollamento di cui sopra, soprattutto in confronto ai paesi scandinavi o anglosassoni, produce un paradosso non indifferente. L'università da un lato forma tecnici preparatissimi ma con scarse nozioni di design teorico e dunque in grado di realizzare ottimi prodotti che rischiano, però, di essere poco innovativi; dall'altro l'istituzione forma studiosi e analisti prestati alla produzione che faticano a focalizzare la creatività nella direzione della realizzazione pragmatica di un prodotto. Non esiste un percorso di formazione specifico da game designer che unisca entrambe le vocazioni. In più, entrare nel settore con prodotti innovativi creando realtà autosufficienti dopo studi così settoriali è complicato e poco incentivato. Esistono comunque eccezioni di grandissima qualità, come il corso in Video game design and programming tenuto

dal professor Pier Luca Lanzi al Politecnico di Milano, un corso prettamente tecnico che però tiene conto delle basi teoriche del game design. Da lì è emerso lo studio Indomitus games che sta lanciando proprio in questi giorni su Steam, la piattaforma di digital delivery per PC games più seguita a livello globale, il suo In Verbis Virtus, gioco d'azione fantasy controllato in parte dai comandi vocali del giocatore . Un'altra situazione virtuosa è il laboratorio PONG (Playlab fOr InNovation in Games) all'Università di Milano che ha introdotto per il prossimo anno accademico un intero percorso di studi sul videogioco per la laurea magistrale in informatica gestito dai professori Meggiorini e Ripamonti . Le due realtà citate lavorano in sinergia e gli studenti hanno accesso in numero limitato ai corsi di entrambe le università.

Lo sforzo è encomiabile e i risultati ottimi, tuttavia potrebbero essere ancora superiori se si ragionasse verso corsi di informatica, game studies e game design integrati in interfacoltà, con Accademie o dipartimenti di comunicazione. Una scelta di questo tipo avrebbe conseguenze virtuose anche in ambito lavorativo, permettendo a studenti di ambiti differenti di entrare in contatto già in periodo di formazione, preparandoli da un lato alle difficoltà di una comunicazione intersettoriale programmaticamente complicata e stimolandoli dall'altro a sperimentare e creare in modo indipendente dall'istituzione accademica. In questa direzione si sta muovendo proprio il laboratorio PONG con l'Accademia di Brera.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività… quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game ?

Per quanto riguarda le potenzialità didattiche del videogioco, sto lavorando con lo studio di animazione Achtoons di Bologna alla realizzazione di applicazioni digitali per l'alfabetizzazione all'arte dei bambini. Le possibilità offerte da un progetto del genere sono diverse ma ancora una volta non è tanto l'idea di gioco, per definizione difficile da circoscrivere, quanto quella di proattività a stimolare il design. Nelle nostre intenzioni non c'è tanto l'idea di far giocare i bambini spacciando l'attività ludica come acriticamente efficace e positiva, quanto quella di farli interagire con autori, opere e stili. Achtoons ha potuto basare il progetto, ancora in fase prototipale, sulla sua serie animata L'arte con Matì e Dadà, creando una buona sinergia fra i due prodotti, sia a livello visivo sia nei contenuti. Lavorando al progetto è emersa una proficua sinergia fra il design dell'interazione ludica sull'opera d'arte e la comunicazione didattica sull'opera stessa. È indubbio che le aziende dell'intrattenimento, anche e soprattutto quelle con obiettivi didattici, si stiano rivolgendo sempre di più al mercato ludico digitale. Importare questo modello commerciale nella didattica scolastica tradizionale potrebbe essere più complesso, da un lato per la difficoltà nel formare gli insegnanti, dall'altro per le barriere tecnologiche strutturali che bloccano in molti casi le iniziative in questa direzione. Il percorso è a mio parere ancora tutto da tracciare.

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio? A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali? A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è si, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

Il rapporto fra arte e gioco ha sofferto per diversi anni la necessità espressa dall'intero settore di legittimarsi come mezzo di comunicazione "artistico" e degno di attenzione accademica. Tale necessità è per molti versi figlia di esperienze simili, vissute dal romanzo popolare, dal cinema, dalla televisione e dal fumetto. Ogni volta che un nuovo medium inizia ad avere ambizioni diverse dal semplice intrattenimento emerge questa frenesia di autolegittimazione. Questo passaggio non è però fondamentale, parlare di gioco e arte non può oggi essere ancora una questione di prestigio e di legittimità accademica, se non altro perché le università studiano i media popolari con grande interesse da diverso tempo, conferendogli un potere significante pari a quello delle arti tradizionali, e perché la definizione di "arte" è, forse insieme a quella di "gioco", una delle più dibattute e controverse. Che il videogioco sia un medium "artistico" o meno è insomma una questione un po' ridondante. È molto più interessante per esempio osservare e descrivere gli aspetti ontologici del gioco e vedere come questi possano mettersi in relazione per esempio con le modalità produttive dell'arte contemporanea. Sibi di Roberto Fassone è un software che genera istruzioni casuali per la creazione di opere d'arte: un "giocatore" riceve delle precise indicazioni, una sorta di guida per l'ispirazione, che lo indirizzano durante l'atto creativo . È curioso come il livello di rilevanza delle istruzioni sia ancora oggi motivo di discussione per l'autore, con cui Dotventi ha lavorato in occasione di HackUniTO: le istruzioni di Sibi sono precetti invalicabili oppure solo suggerimenti volti allo stimolo della creatività? Ovvero, è consentito raccontare il percorso creativo che ha condotto al risultato finale, anche se quest'ultimo non ha niente a che fare con le istruzioni fornite? È possibile attivare un processo di narrativizzazione dell'ispirazione che però rischia di neutralizzare il livello ludico dell'esperienza? Aggirare programmaticamente le regole del gioco e le istruzioni fornite proceduralmente mette in discussione l'idea stessa di gioco, a meno che questa non venga calata all'interno di una sovrastruttura collaborativa o competitiva che la regoli ulteriormente. sibi dunque ha le caratteristiche del gioco pur mettendone in discussione i confini e le strutture, il tutto ragionando al contempo sulla natura dell'ispirazione artistica.

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game? Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer? Il gioco ha insito in se l'aspetto comunicativo, con l'obiettivo fondamentale di suscitare una o un insieme di emozioni e sensazioni nel giocatore. In tal senso il ruolo del Game designer può essere visto come un filtro tra il mittente e il destinatario. Quali sono le conoscenze essenziali che deve avere?

La distribuzione delle competenze in ambito videoludico è, come in tutti i settori produttivi, fondamentale. La questione creativa è invece particolare, data la duplice natura estetica e tecnica del prodotto, che distingue in modo netto le competenze nonostante esse siano costantemente compresenti. Si è cercato di associare la figura del game designer a quella del regista cinematografico per provare a identificare una presenza autoriale forte, finendo forse per sminuire non solo la competenza tecnica di chi realizza il codice ma anche la meno appariscente componente creativa investita nella sua scrittura. È necessaria insomma una chiara distinzione ma corredata da una totale apertura mentale da parte di entrambe le parti. Lavorare sulla comunicazione interna è un passo fondamentale, infatti, per produrre oggetti di qualità e per allargare il più possibile le proprie competenze. Il game designer nello specifico deve occuparsi di coadiuvare il percorso del giocatore all'interno della struttura algoritmica che gli viene proposta. uno dei principali aspetti che distingue il videogame dagli altri media è infatti la contraddittoria libertà d'azione che permette al giocatore di agire in mondi virtuali spesso aperti ma mai, a parte casi di intervento diretto sul codice di gioco, fuori dalle strutture preprogrammate. Il game designer dunque deve avere competenze sia legate all'user experience design della piattaforma che utilizza, ma al contempo deve essere formato sulle basi dello storytelling e della semiotica, per creare interfacce e ambientazioni, ove necessarie, coerenti. I migliori giochi sono quelli che riescono a dare al giocatore libertà di scelta in senso stretto ma anche figurato: il numero dei differenti tetramini in Tetris per esempio è molto efficace e dà al giocatore il livello di scelta corretto per rendere quel gioco un successo trentennale.

A suo parere quali sono le fasi più importanti riguardo la progettazione di una esperienza ludica in riferimento al genere in cui si va a collocare? Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Genere ed etica nel game design possono essere ricondotti a una riflessione generale sull'idea di opera. L'autore collettivo di un videogioco ha di fronte prevalentemente due alternative: ricalcare i modelli vincenti seguendo i trend del periodo; innovare uno o più aspetti di questi modelli puntando all'evoluzione generale del mezzo. È il vecchio adagio che separa sperimentazione e produzioni di genere: oggi grazie alle grandi risorse della distribuzione digitale

presenti sul mercato è molto più semplice sperimentare e ottenere visibilità attraverso canali indipendenti, fermo restando che la qualità del prodotto finale continua a fare la differenza.
In un contesto di questo tipo, temi controversi e interazioni di grande impatto emotivo, sia dal lato dell'estrema violenza, sia da quello del lirismo, molto presente nel mondo videoludico anche se poco pubblicizzato dai media, fanno parte a buon diritto dell'offerta per un giocatore. Tenuto conto poi che il giocatore medio non è più (lo è mai stato?) sovrapponibile a un bambino, prodotti complessi di taglio più "adulto" sono una necessità imprescindibile per la crescita del medium. La responsabilità del game designer e dell'intero team alle spalle di un prodotto videoludico è quella di creare un oggetto in grado di essere esperito proficuamente, sia questo profitto orientato all'intrattenimento, alla riflessione, alla provocazione o a qualunque altro effetto un'opera dell'ingegno riesca a produrre. Sta poi a chi riceve comprendere quali sono i prodotti adatti a un pubblico infantile e quali no. La parola "gioco" non deve trarre in inganno, non siamo di fronte a semplice intrattenimento rivolto esclusivamente ai bambini. Insistere su questo messaggio potrebbe bastare a sensibilizzare l'opinione pubblica sulla variegata natura del mezzo videoludico ma la maggior parte dei media generalisti rifiuta di muoversi in questa direzione. Del resto Giocare a Call of Duty è un po' come guardare Rambo, mentre giocare a Spec: Ops The Line e come guardare Apocalypse Now o perché no, leggere Cuore di tenebra. Non esistono istruzioni per l'uso, dipende dalla sensibilità di chi vive l'esperienza o da chi accompagna il giocatore, spiegandogliela.

Nel creare un'esperienza ludica e più nello specifico, riguardo la giocabilità di un gioco, (gameplay), quali sono le condizioni fondamentali da cui non si può prescindere? Quanto ha inciso nel suo percorso il binomio tra consolidate e nuove modalità operative?

Per creare un'esperienza ludica efficace innanzitutto c'è bisogno di un'intuizione da cui partire, l'ispirazione rimane centrale nel processo creativo. Accanto a questa è indubbio che la conoscenza dei prodotti, dei generi, delle diverse piattaforme, delle tipologie di pubblico, anche dal punto di vista storico, sia un passaggio importante per intuire dettagli decisivi. Se dovessi scegliere un parametro indicativo tuttavia, direi il ritmo di gioco, che non deve essere per forza veloce ma piuttosto coerente. Il giocatore deve entrare nel famoso "flusso", che mantenga viva la sua attenzione e non lo frustri, né per la troppa semplicità né per l'eccessiva complessità . Ottenere questo effetto è probabilmente il punto chiave per avere un buon gioco.
Di modelli operativi per descrivere il lavoro del designer invece ne esistono molti, uno molto funzionale, apparentemente basato solo su strutture narrative ma in realtà facilmente generalizzabile è TinyGDTool dello studio genovese Urustar, un game design canvas diviso in sei livelli e distribuito sotto licenza Creative Commons. Allo stesso modo esistono diversi metodi generali di design rivolti alla strutturazione della creatività, per esempio lo human centered design, incentrato sul consumatore. Tali metodi sono efficaci solo se assunti e riadattati alle competenze del team e alla sensibilità dei singoli membri. È mia convinzione che ogni gruppo di lavoro debba raggiungere delle routine produttive proprie attraverso la sperimentazione e l'esperienza. Fondamentale di nuovo è la comunicazione fra chi parla il linguaggio tecnico del software scelto per implementare il prodotto e chi invece lavora al comparto creativo, sia grafico sia relativo alle meccaniche. Spesso è la comunicazione costruttiva fra i diversi settori a sbloccare momenti di stallo, a raffinare le qualità del prodotto e a compattare il team in modo decisivo.

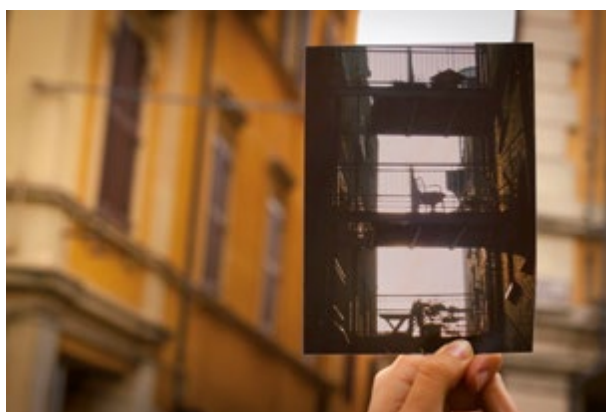
In un prossimo futuro, quali scenari potranno assumere un ruolo rilevante riguardo allo sviluppo e al potenziamento del game? Si nota un grande interesse suscitato dalle forme più innovative di giochi come pervasive game o esperienze ludiche ibride tra mondo fisico e online. In che maniera, secondo il suo punto di vista, possono ancora incidere in settori quali il turismo, il patrimonio artistico culturale, la formazione e non ultimo il mondo del lavoro? Comunicazione e Game, cosa ne pensa dei News Game? Il coinvolgimento sociale dei pervasive game, ha delineato una nuova analisi e nuovi sviluppi dell'attività di gioco con un forte impatto sociale. Come sfruttare al meglio tale risorsa al fine di abbattere barriere generazionali e diversità culturali?

Gli scenari futuri sono orientati alla pervasività, su questo ci sono pochi dubbi. L'idea di ubiquitous computing ormai è consolidata e il futuro di parte del settore videoludico sarà completamente rivolto a prodotti fruibili su device portatili, di diversi standard e dimensioni. L'altra grande direzione intrapresa dal "gioco" nella contemporaneità è quella degli eventi live, legati alla promozione di prodotti o alla comunicazione sociale. L'urban game è sempre più ricercato a corredo o come naturale evoluzione di campagne marketing virali e guerrilla, oppure come efficace strumento di comunicazione per associazioni ed enti pubblici. Le due direzioni descritte non sono poi esclusive: i più ambiziosi urban game coinvolgono spesso dispositivi mobile con software dedicati o sfruttano le potenzialità ludiche dei social network e la loro struttura comunicativa come strumento di gioco. Achtoons nel suo progetto di comparto digitale per Matì e Dadà ha stretto partnership con musei per la realizzazione di guide interattive rivolte ai bambini con percorsi variabili e pervasivi, in cui è necessario osservare le opere con attenzione per proseguire in una sorta di strutturata caccia all'indizio. Il lavoro in questa direzione è molto complesso ma l'interesse di base delle istituzioni museali è evidente. Anche il gaming tradizionale a schermo presenta risvolti pervasivi, almeno in potenza: la scelta di Ubisoft di rendere l'utente stesso il protagonista delle sezioni ambientate nel mondo contemporaneo del nuovo Assassin's Creed apre a scenari interessantissimi. Il passo verso l'integrazione con app mobile, peraltro già presente in diversi altri titoli sul mercato, è breve. Richiedere al giocatore di agire nel mondo reale integrando la sua esperienza reale con quella virtuale

non è più una richiesta invadente o bizzarra.
Parallelamente è forte la propensione per lo sviluppo di newsgame o serious game. Su questi argomenti è interessante la riflessione riguardante le capacità comunicative procedurali di un software. È possibile comunicare un messaggio chiaro e inequivocabile attraverso un sistema algoritmico? Ancora meglio: è possibile far ragionare un utente di questo sistema su temi controversi e complessi? Secondo Ian Bogost, uno dei più importanti game scholar contemporanei, assolutamente sì. Non solo, è possibile anche far ragionare i giocatori sul concetto stesso di "gioco", vedi per esempio l'ottima parodia dei social game Cow Clicker, realizzata dallo stesso Bogost .

Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada? Secondo lei, quale è il problema maggiore per chi vuole avviare la sua attività professionale, anche attraverso una start up, nel settore creativo orientato all'esperienza ludica? Game e play: tante sono le forme nelle quali si può declinare questa relazione, in considerazione dell'esperienza da lei maturata nel settore, ci può dare una sua riflessione o considerazione in merito? Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

I consigli che posso dare sono gli stessi che sto cercando di seguire io: creare un team in grado di lavorare insieme e di comunicare efficacemente; trovare da subito professionalità il più possibile eterogenee in grado di coprire tutte le necessità operative di un progetto di sviluppo; puntare sul crowdfunding e sull'innovazione del design, perché replicare formule già note con successo richiede ingenti investimenti ed esperienza; prepararsi ad affrontare lo scetticismo e la volubilità dei committenti, ancora poco propensi a considerare il gioco un business sul quale investire.
Nel futuro prossimo Dotventi inizierà una campagna promozionale cercando al contempo di inserire nel team professionalità tecniche allo scopo di sviluppare una piattaforma proprietaria per l'urban gaming; cercherà di stringere partnership con affermate agenzie di comunicazione per fornire loro supporto al comparto "gaming" di campagne marketing in essere o in progettazione.
Per concludere, play e game, giocare e gioco, processo e struttura sono due facce della stessa medaglia che raramente riescono a comunicare. Dal mio punto di vista la struttura ha senso quando è attraversata e perché no, modificata dall'interno. Le regole sono funzionali all'esperienza. Limiti e possibilità data al giocatore servono esclusivamente a fargli sperimentare il "flusso", il piacere del gioco, inteso come attività significante in senso lato.

MAURO SALVADOR

WAM We Are Müesli

Claudia Molinari (art director) e Matteo Pozzi (copywriter)

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

We Are Müesli è un duo composto da Claudia Molinari e Matteo Pozzi. Nato nel 2010 come "diversivo" dopolavoristico dalle nostre professioni full-time, rispettivamente, di art director e copywriter, è diventato in questi mesi il nostro principale progetto di "unconventional storytelling" grazie alla nostra partecipazione (e successiva vittoria) alla competition internazionale Bosch Art Game, con il narrative game ispirato alle opere di Jheronimus Bosch CAVE! CAVE! DEUS VIDET.

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

La scintilla è stata l'idea di realizzare un videogioco basato su un pittore vissuto 500 anni fa, pittore che scoprimmo di amare molto entrambi. Nonostante non avessimo alcuna nozione di programmazione, ci siamo guardati in faccia e ci siamo detti: "perché non provarci?". Ci abbiamo provato, puntando proprio su un genere come quello delle visual novel che combinasse le nostre rispettive competenze di grafica e di scrittura, e ora ci ritroviamo a presentarlo a festival ed eventi come l'IndieCade Showcase all'ultimo E3 di Los Angeles.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Sarà per il nostro essere "outsider" dal mondo del game development, ma ci sembra abbastanza assurda, specie qui in Italia, quella certa mancanza di comunicazione tra i diversi ambiti che ruotano intorno al mondo del gioco. È come se non si volesse parlare una lingua comune, come se si ignorasse il fatto che il video game può aggregare discipline diversissime tra loro, dall'arte pura alla programmazione pura, con il design (disciplina "ibrida" per natura) a poter fare da "ponte" tra le due. Eppure i punti di contatto sarebbero così tanti e così felici; molte realtà l'hanno capito, e su questo stanno lavorando tanto e bene. Pensiamo per esempio al progetto LA Game Space, un centro di sperimentazione interdisciplinare di prossima apertura a Los Angeles che ospiterà, tra le altre iniziative, residenze artistiche dedicate proprio a chi non ha mai "fatto giochi" ma che, proprio per questo, può portarci freschezza, diversità e pensiero laterale.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game?

Moltissimo, soprattutto nella misura in cui l'intento educativo non è sfacciatamente al primo posto degli obiettivi del developer. Facciamo spesso l'esempio di "Papers, Please" di Lucas Pope, uno degli indie games di maggiore successo dell'ultimo anno: lungi dall'essere un serious/applied game puro – e anzi proprio per questa ragione – riesce a passare al giocatore una serie di concetti e di sensibilità sul tema della migrazione molto più di quanto sanno fare tanti servizi di telegiornale. Così come, nel nostro piccolo, siamo entusiasti quando ragazzi di 12-14 anni ci dicono cose come "hey non avevo mai sentito parlare di questo Bosch ma il vostro gioco è davvero un trip e ora voglio saperne di più".

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

Questo è un mega-tema dal quale si rischia di non uscire vivi… La più duchampiana delle prospettive in merito che ci piace ricordare è quella della game designer Sophie Houlden che un paio di anni fa scrisse un pezzo intitolato "Can Art Be Games?", dove ribaltava

la famigerata questione "i giochi possono essere considerati arte?" chiedendosi se lo stare a fissare un quadro potrà mai avere lo stesso impatto emotivo del giocare una partita a "Journey" o a "Final Fantasy"… Una provocazione, certo, ma una provocazione doverosa per chi appartiene a una generazione, come la nostra, cresciuta a pane e Pac-Man, che non ha memoria di un mondo senza videogiochi e che trova quindi del tutto naturale il fatto che qualità, creatività, eccellenza, urgenza, sperimentazione, contenuto, avanguardia, tutto ciò che insomma fa parte della definizione di "arte", possa indifferentemente nascondersi dentro a un dipinto del '400 come in un livello di "Kentucky Route Zero".

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

L'esempio di LA Game Space che abbiamo fatto in precedenza è illuminante: il game design – anche solo a livello speculativo – è un ambito con il quale tanti artisti farebbero bene a "sporcarsi le mani". Nelle presentazioni che siamo soliti fare di CAVE! CAVE! DEUS VIDET. amiamo ripetere che se Jheronimus Bosch fosse vivo, oggi sarebbe probabilmente un developer indie, proprio nella misura in cui il video game, specie di estrazione indipendente, sa unire il meglio del "popular" con il meglio dell'avanguardia. Raccontiamo brevemente un altro caso: Pippin Barr, game designer neozelandese con il quale abbiamo avuto il piacere di scambiare alcune mail di feedback sul nostro progetto, ha realizzato qualche mese fa una versione 8-bit – tutt'altro che "ufficiale" e anzi decisamente sarcastica – della nota performance di Marina Abramovic "The Artist Is Present". Risultato: il Marina Abramovic Institute ha intrapreso con lui una collaborazione su nuovi esperimenti di digital art come la serie di mini-games minimalisti "Durations". Ecco, questo è il genere di dialogo aperto, esplorativo e senza troppe remore che ci piacerebbe avessero tra loro i mondi dell'Arte e del Gioco.

A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è sì, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

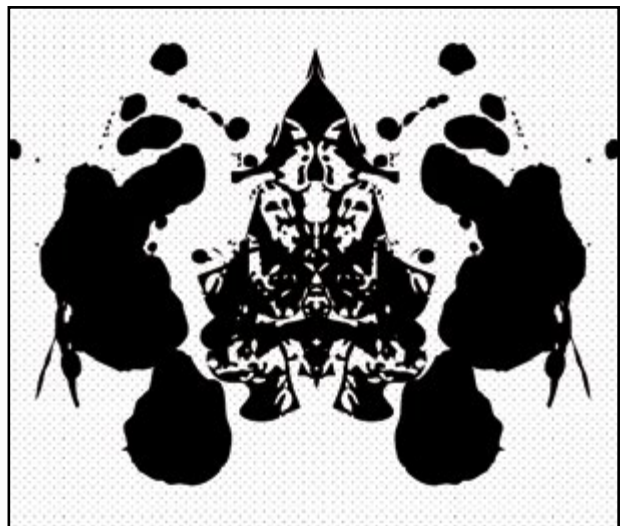
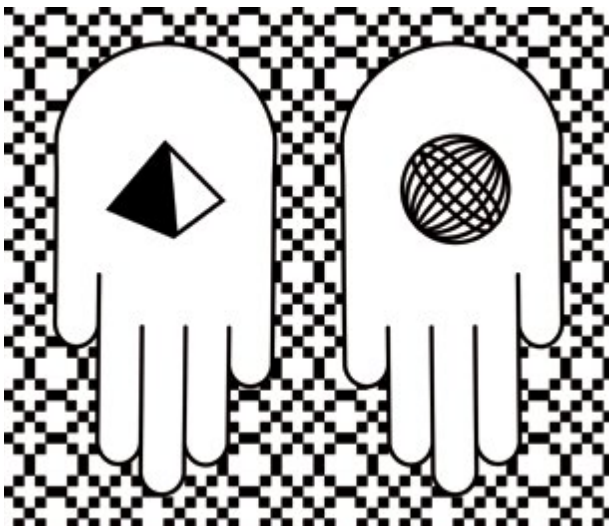
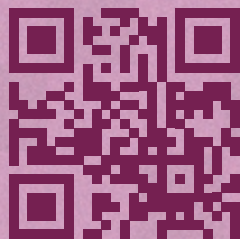
Il nostro primo, e al momento unico, progetto di game nasce proprio da qui, dall'idea di una fondazione illuminata di promuovere l'arte di un pittore del XVI secolo attraverso il medium per eccellenza del XXI secolo. L'approccio che abbiamo avuto è stato da una parte di grande rispetto per il soggetto che andavamo a trattare: per questo, per esempio, abbiamo scelto uno stile visivo (minimal, geometrico, principalmente bianco-e-nero) che si distaccasse il più possibile dall'arte originale di Bosch ("massimalista" nella sua ricchezza di

dettagli, forme, colori), per evitare rischi di imitazione e creare comunque qualcosa che con l'originale – presente nel gioco soprattutto sotto forma di "glitch" – potesse dialogare, per così dire, per contrasto. Dall'altra parte ci abbiamo messo anche molta incoscienza: vuoi perché si trattava del nostro primo esperimento di gioco, vuoi perché – di nuovo – ci è parso naturale creare certi collegamenti apparentemente azzardati tra Sant'Antonio e i Jedi di Star Wars, tra cultura "alta" e cultura geek, incassando poi definizioni del nostro progetto che vanno dal "weird" all'hipster al post-moderno. Al di là di qualunque etichetta, si cerca, semplicemente, di essere contemporanei.

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game?

Pensiamo che uno degli ostacoli più grandi che il mondo del game development deve superare (soprattutto nell'immaginario italiano) sia proprio il comunicarsi come un "unicum" inscindibile, quando in realtà la sua bellezza sta proprio nella sua diversità, pluralità, scalabilità. Diceva bene il claim dell'ultima IGDS organizzata da AESVI: "find your own castle, save your own princess". Il castello non è dato e soprattutto non è uno solo, e si può scegliere la principessa da salvare che meglio si adatta alle proprie aspirazioni e ispirazioni. C'è posto per strepitose "one man band" che in ambito indie sperimentano progetti incredibilmente creativi in completa solitudine (un nome tra i tanti: l'inglese Stephen Lavelle) come c'è posto per le mega-produzioni tripla A che coinvolgono team di centinaia di persone. Quel che è certo è che il settore può offrire tanti possibili mestieri. Pensiamo per esempio a un videogioco narrativo. C'è il game design, c'è la programmazione e c'è la grafica, ma non è qui che si esaurisce la sua progettazione. C'è una molteplicità di altre competenze che contribuiscono a rendere l'esperienza ancora più curata: dallo sceneggiatore allo storyboarder, dal sound designer al musicista che ne cura la colonna sonora, dall'art director al concept artist, dal character all'interaction designer. E poi ancora voice actors, traduttori, proof-readers, playtesters. E questo è solo quanto riguarda la messa in opera del gioco; lasciando da parte tutti gli aspetti legali, occorre pensare anche alla sua commercializzazione e distribuzione. E c'è chi si occupa del marketing, chi delle pubbliche relazioni, chi della parte social… In un mondo ideale si dovrebbe poter contare su tante persone quante sono le attività di lavoro, ma ovviamente in ambito indie, e soprattutto agli inizi, tutte le figure sopra elencate arrivano a concentrarsi in 2-3 persone. Una sfida dura, sicuramente, ma proprio per questo ancora più affascinante.

WE ARE MÜESLI
UNCONVENTIONAL STORYTELLING

CAVE! CAVE!
DEUS VIDET.

Spartaco Albertarelli

Game designer

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Io sono un game designer professionista, quindi mi occupo di progettare giochi in tutte le forme possibili, da quelle più tradizionali, scatola e video, a quelle meno conosciute, che si utilizzano in operazioni di tipo promozionale. Quello che con un termine moderno si dice "gamification", cioè l'applicazione di sistemi di gioco in contesti non ludici.

Come ha iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Il mio mestiere si fa solo trasformando una passione giovanile in una professione, non ci sono strade alternative. Io ho iniziato lavorando nel magazzino di un importatore di giochi, occupandomi principalmente della parte editoriale, che prevedeva la realizzazione della traduzione delle regole, ma svolgendo anche mansioni da magazziniere vero e proprio, quindi scaricando e caricando bancali di scatole. Da lì, con una serie di colpi di fortuna, sono entrato in contatto con realtà più grandi, come Editrice Giochi e poco alla volta mi sono trasformato da "editor" a "designer".

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

Il gioco è di per sé uno straordinario strumento di comunicazione, quindi si adatta molto bene alla rivoluzione tecnologica che da qualche anno ha modificato radicalmente il nostro modo di stare in contatto con gli altri. Siamo sempre più connessi e questa cosa facilita anche lo sviluppo di giochi che sfruttano questa condizione. La classica sfida contro il computer sta diventando sempre di più una sfida contro un avversario umano, con il quale siamo collegati elettronicamente. Un modo moderno per sostituire le partite giocate per posta che si facevano una volta.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Il gioco è qualcosa che vive una vita propria, difficilmente disciplinabile, ma proprio per questo motivo è spesso ignorato in ambito accademico, dove tutto ha bisogno di essere "incasellato" all'interno di schemi più o meno rigidi. Non è mai facile far superare il pregiudizio di attività "infantile" che per molte persone, anche in ambiti colti, è immediatamente collegabile all'idea di gioco. Se è "gioco" allora non può essere "serio", eppure Freud scriveva che il contrario di gioco non è ciò che è serio, ma ciò che è reale.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game?

Noi siamo quello che siamo, cioè esseri umani, perché giochiamo. Il gioco è lo strumento che utilizziamo per interagire con il nostro immaginario e proprio la capacità di immaginare costituisce la nostra caratteristica peculiare. Tutto il resto deriva dalla nostra capacità di giocare e di inventare giochi. Il gioco, da bambini, ci fornisce le basi per l'apprendimento e poi, da adulti, quelle per ampliare la nostra capacità cognitiva. Però è sempre bene ricordare che se un gioco è palesemente educativo, finisce quasi inevitabilmente per risultare noioso. Il gioco è qualcosa che noi facciamo per uscire dalla realtà. Non a caso, la parola "divertente" deriva dal latino "divertere" che significa proprio "prendere un'altra direzione".

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

Sinceramente io non condivido l'idea di Duchamp. L'arte non è un gioco, perché un gioco richiede il rispetto di regole ben precise mentre l'arte è spesso l'esatto opposto di questo. Sono due cose del tutto diverse. L'arte colloca l'artista al centro del processo creativo, mentre il gioco ha una finalità del tutto diversa, che è quella della partecipazione attiva dell'utilizzatore finale: il pubblico. Naturalmente ci sono, come sempre, eccezioni sia in un senso che nell'altro, ma il processo creativo che porta allo sviluppo di un gioco ha solo qualche punto di contatto con il processo creativo di tipo artistico.

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?
A tal proposito ha avuto esperienze a riguardo? Se la risposta è sì, ci può descrivere il suo orientamento e sviluppo in tal senso?

Un buon gioco richiede sempre di più la partecipazione di artisti nel vero senso del termine. Il mio gioco di maggiore fama internazionale si intitola Kaleidos, che in greco antico significa "belle immagini". Il gioco utilizza infatti delle tavole illustrate, senza le quali sarebbe perfettamente funzionante da un punto di vista puramente meccanico, ma assolutamente scadente come esperienza di gioco. Non è un caso che nella nostre comunicazioni scriviamo sempre: Kaleidos, quando l'arte diventa gioco. Se questo è un esempio estremo di come arte e gioco possano coabitare nello stesso progetto, moltissimi altri se ne potrebbero fare parlando del mondo dei videogiochi nei quali l'esperienza visiva, ma anche acustica, ha un ruolo primario, spesso superiore alle stesse meccaniche di gioco. Molti titoli di successo sono ormai paragonabili alle grandi produzioni cinematografiche con sempre più spazi di manovra per interpretazioni artistiche fuori dagli schemi tradizionali. Sempre per citare me stesso, un mio gioco da tavolo, intitolato Magnifico, è stato di recente trasformato in una APP. Allo sviluppo, sia del gioco da tavolo che della sua trasposizione video, hanno partecipato anche artisti provenienti dal mondo dell'animazione cinematografica.

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game?

Qualsiasi attività di gruppo, e lo sviluppo di un gioco coinvolge sempre numerose persone, richiede una corretta distribuzione delle competenze. Quando un'idea deve trasformarsi in prodotto è fondamentale che vi sia una squadra di persone in grado di operare in modo sinergico, quindi una corretta gestione delle diverse competenze risulta spesso determinante nel successo del prodotto finito.

Ci può descrivere nel particolare il ruolo e l'attività del Concept Artist?

Nello sviluppo di un gioco da tavolo il ruolo di Concept Artist è quasi sempre affidato a chi avrà il compito di illustrare il prodotto, anche se ci sono numerosi esempi nei quali è lo stesso game designer a svolgere questo ruolo. Un altro dei miei giochi, intitolato Coyote, ruota intorno a un meccanismo matematico molto semplice, ma il gioco sarebbe del tutto insignificante senza l'idea di base che prevede di avere una fascia sulla testa che tiene fissa sulla fronte una carta a forma di piuma. Ogni giocatore vede il valore delle carte degli altri, ma non quello della propria e le carte sono studiate in modo tale che il totale numerico, essenziale allo svolgimento del gioco, possa essere modificato in modo radicale da una singola carta. Si potrebbe giocare tranquillamente tenendo le carte in mano, ma l'effetto scenico dei giocatori che si fissano l'un l'altro, cercando di capire se quella maledetta carta sia proprio quella sulla loro fronte, è determinante.

La Concept Art per Videogiochi. Quanto è importante il ruolo del concept artist all'interno della produzione di una esperienza ludica?

Nel mondo dei videogiochi, invece, il ruolo di Concept Artist è decisamente più definito. A lui sta il compito di dare l'impronta finale al mondo nel quale il gioco si svolge. Io però non sono un esperto di videogiochi, quindi preferisco lasciare ad altri la risposta a questa domanda.

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

Questa domanda, da sola, varrebbe una risposta lunga alcune pagine, quindi proverò a sintetizzare al massimo i punti essenziali. C'è una differenza abbastanza marcata fra il ruolo di "autore di giochi" e quello di "game designer" e la differenza è tutta contenuta nella parola "design". Un autore inventa giochi che poi, spesso, richiedono l'intervento di una serie di professionalità per trasformare l'idea in prodotto, il game designer inventa giochi avendo già un'idea di insieme del prodotto finale. Tutto ruota intorno a un concetto di base, che può essere anche una singola regola dalla quale poi deriva l'insieme di regole che compongono un gioco, ma nella mente del game designer quella parte più strettamente meccanica deve poi adeguarsi alle esigenze dei giocatori, oltre che a quelle dell'editore. Un game designer tende ad avere un'idea di insieme delle meccaniche e delle dinamiche di gioco e spesso ragiona adattando le une alle altre. Lo scopo finale è sempre quello di offrire a un pubblico più o meno definibile un'esperienza di gioco che sia appagante, nel modo più adeguato a quel pubblico. Se da un lato chiunque è in grado di inventare un gioco (infatti, la maggior parte dei giochi di grande successo sono frutto di un'intuizione estemporanea da parte di qualcuno che nella vita di tutti i giorni fa un lavoro che non ha nulla a

che fare con il mondo del gioco), fare il game design è una professione che richiede non solo una naturale propensione al pensiero creativo, ma anche una serie di conoscenze tecniche che permettono di vedere l'idea di gioco nel suo complesso. E' proprio l'idea di "progetto" che delimita i confini tra pura creatività e design e questo vale anche nel campo dei giochi.

Il gioco ha insito in se l'aspetto comunicativo, con l'obiettivo fondamentale di suscitare una o un'insieme di emozioni e sensazioni nel giocatore. In tal senso il ruolo del Game designer può essere visto come un filtro tra il mittente e il destinatario. . Quali sono le conoscenze essenziali che deve avere?

Il gioco è per sua natura uno straordinario strumento di comunicazione, anche se poi, soprattutto nel mondo del videogioco, questo aspetto tende ad essere messo in ombra da altri aspetti importanti come quello della sfida personale. Per un game designer è molto importante avere una qualche competenza nel mondo della comunicazione, proprio per poter sfruttare alcune dinamiche interattive che possono diventare la base per una nuova idea di gioco. Un gioco può essere interamente basato proprio sul modo in cui noi dobbiamo trasmettere agli altri giocatori una o più informazioni e il modo in cui lo facciamo può determinare una modalità di gioco del tutto diversa. L'esempio classico è quello del Bridge e della Briscola in coppia. In entrambi i giochi esiste un modo per comunicare al proprio compagno, ma se nel primo la cosa avviene in modo ben codificato, nell'altro avviene in una maniera quasi "illecita". Sono due giochi di carte, che usano un meccanismo di presa molto simile, quindi delle meccaniche tutto sommato abbastanza comparabili, eppure fra uno a l'altro c'è un abisso dal punto di vista dell'esperienza di gioco (e la cosa è detta senza alcuna intenzione qualificativa a vantaggio di uno o dell'altro) proprio in funzione del modo in cui il flusso di informazioni passa tra i giocatori.

A suo parere quali sono le fasi più importanti riguardo la progettazione di una esperienza ludica in riferimento al genere in cui si va a collocare?

C'è un momento magico che si colloca fra l'intuizione dalla quale scaturisce quasi sempre l'idea di un meccanismo di gioco e il modo in cui quell'idea viene posta in essere con delle regole. Non è facile da descrivere, ma è il momento nel quale ci si rende conto che quell'idea può realmente funzionare. Da quel momento, la progettazione prende vita e inizia a svilupparsi seguendo una traccia precisa. Saper capire quando si è veramente di fronte a quel momento e saperlo distinguere dal semplice innamoramento verso la propria idea è certamente un passaggio fondamentale nel processo creativo.

Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Sinceramente, io credo che il game designer debba porsi dei limiti etici che sono quelli che tutti noi dovremmo avere ben chiari nella testa. Per ripetere un concetto già espresso, il contrario di gioco non è ciò che è serio, ma ciò che è reale, quindi, in pura teoria, io potrei fare un gioco su qualsiasi tema proprio grazie al fatto che il gioco non ha nessun legame con la realtà. Durante un dibattito, una persona del pubblico che mi ha chiesto se, conseguentemente a questo principio, sarebbe possibile realizzare un gioco sulla Shoa. Gli ho risposto che ci sono argomenti sui quali non è lecito scherzare, però gli ho anche detto che Benigni è stato capace di girare un film come "La vita è bella", quindi i limiti della creatività non possono essere tracciati in modo così netto da poter rispondere in modo definitivo con un sì o con un no, neppure di fronte a un tema come questo. Noi viviamo emotivamente il nostro presente, influenzati dalle nostre idee morali, ma sappiamo benissimo che queste sono destinate ad essere modificate nel tempo. Esiste un divertente gioco di carte che si intitola "Guillotine" e il tema è esattamente quello che si può intuire. A pochi verrebbe in mente che questo tema possa essere sconveniente, ma solo perché è legato a fatti che noi diamo ormai per superati. Fanno parte della storia, spesso cruenta, della nostra civiltà, ma oggi possiamo permetterci di riderci sopra. Accadrà lo stesso con i drammi che sono ancora freschi nella nostra memoria? Noi abbiamo delle giuste barriere morali, ma poi c'è sempre qualcuno che fa qualcosa che sposta il confine che ritenevamo invalicabile. Quel qualcuno, a volte, può anche essere un game designer. Detto questo, se uno mi chiedesse: ma tu saresti disposto a farlo un gioco sulla Shoa? Io risponderei semplicemente di no.

Nel creare un'esperienza ludica e più nello specifico, riguardo la giocabilità di un gioco, (gameplay), quali sono le condizioni fondamentali da cui non si può prescindere?

Anche se possiamo girarci intorno quanto vogliamo, quando progettiamo un gioco lo scopo finale è sempre quello di far divertire qualcuno. Il punto è capire che cosa si intende per "divertimento", ma soprattutto che cosa i potenziali giocatori intendano per "divertimento". Un game designer non dovrebbe mai disegnare per sé stesso, ma sempre e solo per un ben definito pubblico. La difficoltà sta proprio nel cercare di guardare le cose con gli occhi degli altri, cercare di capire cosa vogliono realmente e poi tentare di interpretare quei sentimenti e trasformarli in un'idea di gioco.

Quanto ha inciso nel suo percorso il binomio tra consolidate e nuove modalità operative?

Come tutti coloro che vivono quest'epoca, i game designer hanno vissuto lo sviluppo tecnologico come una grande sfida e una grande opportunità. Il fatto di poter oggi pensare a un gioco che potrebbe essere giocato da una persona seduta su un treno o su un autobus, cambia completamente il punto di vista progettuale e tutto questo non esisteva quando ho iniziato a fare il game designer di professione. Ogni passo in avanti tecnologico può trasformarsi in uno strumento di gioco, ma la cosa forse ancora più sbalorditiva è poi scoprire la forza dirompente di concetti vecchi di millenni applicati a queste nuove tecnologie. E' come se il gioco, nella sua essenza estrema, fosse totalmente impermeabile ai cambiamenti. Oggi noi compiamo gesti usando strumenti tecnologicamente avanzatissimi, ma che sono poi straordinariamente simili a quelli che magari facevano divertire gli antichi egizi.

In un prossimo futuro, quali scenari potranno assumere un ruolo rilevante riguardo allo sviluppo e al potenziamento del game?

Difficile da dire, ma secondo me presto vivremo la "rivoluzione 3D" grazie all'avvento di macchine in grado di farci produrre a casa pezzi di gioco personalizzati. Immaginiamo la possibilità di giocare a Risiko producendo a casa propria carrarmatini di forme e colori di nostra scelta oppure giochi nei quali saremo noi a poter decidere di quanti pezzi avremo realmente bisogno per adattare quel gioco alla nostra abituale compagnia di amici. Le possibilità creative date da queste macchine sono veramente straordinarie e sarà divertente scoprire che, dopo aver vissuto la rivoluzione elettronica, il prossimo passaggio tecnologico non sarà quello di un gioco sempre più "virtualizzato", ma quello di un tavolo con dei "soldatini" fatti in casa.

Si nota un grande interesse suscitato dalle forme più innovative di giochi come pervasive game o esperienze ludiche ibride tra mondo fisico e online. In che maniera, secondo il suo punto di vista, possono ancora incidere in settori quali il turismo, il patrimonio artistico culturale, la formazione e non ultimo il mondo del lavoro?

Il gioco è uno dei più grandi strumenti di comunicazione esistenti, quindi penso che possa essere utilizzato perfettamente anche per promuovere cose che non sono direttamente collegate al mondo dei giochi. E' quello che, come già detto, va sotto il nome di "gamification", un termine che viene usato spesso in modo improprio oppure indefinito, ma che si presta perfettamente ad essere usato proprio in contesti come potrebbero essere quelli della promozione turistica.

Il coinvolgimento sociale dei pervasive game, ha delineato una nuova analisi e nuovi sviluppi dell'attività di gioco con un forte impatto sociale. Come sfruttare al meglio tale risorsa al fine di abbattere barriere generazionali e diversità culturali?

Il tentativo di rendere reale il virtuale è certamente uno degli esperimenti più interessanti che si possano fare. Noi siamo fisicamente in un luogo, ma grazie a uno strumento come lo smartphone possiamo immaginare che quel luogo sia diverso e sia una spazio di gioco sopra una gigantesca plancia, sulla quale altri giocatori come me interagiscono fra di loro e con l'ambiente che li circonda. In quel momento io sto giocando con un'altra persona, magari non la conosco neppure, magari ha un colore della pelle diverso dal mio, magari fra me e quella persona esistono una serie di barriere culturali che in condizioni normali ci allontanerebbero. Però stiamo giocando e quindi facciamo quella cosa che invece ci accomuna ad ogni altro essere umano. Facciamo la stessa cosa che nell'antichità facevano i commercianti che si incontravano al termine dei loro viaggi. Erano in terre lontane, parlavano lingue diverse, adoravano un altro Dio, ma attraverso un gioco potevano iniziare a comunicare e comunicando le differenze si riducono. E' così che giochi come gli scacchi si sono diffusi nel mondo.

Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada?

Oggi la tecnologia consente a chiunque di accedere a canali distributivi un tempo inavvicinabili e questo ha aperto le porte alla creatività di molti, però è importante capire che tutto cambia in modo incredibilmente veloce e se fino a poco tempo fa tutto questo sembrava essere una nuova rivoluzione, adesso siamo lentamente tornati indietro. Il mercato indie è sempre interessante, ma un eccesso di offerta sta lentamente ricreando le dinamiche distributive di un tempo. Il colpo di fortuna può sempre capitare, però penso che sia importante capire che questa modalità di sviluppo deve servire più come vetrina personale che non come possibile "scorciatoia" verso guadagni solo apparentemente facili.

Secondo lei, quale è il problema maggiore per chi vuole avviare la sua attività professionale, anche attraverso una start up, nel settore creativo orientato all'esperienza ludica?

La difficoltà maggiore è proprio data dalla rapidità con al quale cambiano gli scenari. Un certo modello di business che oggi funziona molto bene, magari fra 6 mesi sarà considerato sorpassato. Il rischio è sempre quello di trovarsi fuori fase rispetto alla realtà nell'ora della pubblicazione.

Game e play: tante sono le forme nelle quali si può declinare questa relazione, in considerazione dell'esperienza da lei maturata nel settore, ci può dare una sua riflessione o considerazione in merito?

Un game designer ha ben chiaro che cosa sia il "game" e che cosa sia il "play". Volendo trovare una definizione italiana, potremmo dire che da un lato ci sono le meccaniche e dall'altro le dinamiche. Una macchina è fatta di componenti che devono rispettare precisi protocolli di funzionamento, ma quando poi mettiamo queste parti tutte insieme, al volante ci sarà un essere umano. Sarà lui a "giocare" con la nostra macchina e il suo divertimento dipenderà da fattori che vanno al di là della meccanica pura e semplice.

Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

Questa è facile: chi ha la fortuna di fare il game designer ha come aspirazione quella di continuare a farlo il più a lungo possibile.

SPARTACO ALBERTARELLI

Ovosonico

Gianni Ricciardi (Music Producer)

Ci può descrivere brevemente di cosa si occupa?

Sono Co-fondatore di Ovosonico, assieme a Massimo Guarini. Entrambi veterani dell'industria videoludica, operiamo in questo settore da quasi 15 anni.
In Ovosonico mi occupo della Direzione Sonora e Musicale e della Produzione Audio. Nello specifico sono Audio Director, Sound Designer e Composer/Producer della musica dei nostri giochi.

Come hai iniziato a muovere i primi passi nel settore?

Ho iniziato nel 2000 in Ubisoft Italia. All'epoca non esisteva ancora la definizione di "indie" in questo campo, e produrre un videogioco era un'attività dai costi altissimi, che solo le grandi aziende potevano permettersi di affrontare. Ubisoft è stata una delle prime grosse multinazionali a pensare di aprire una sede di produzione in Italia. Ho cominciato da lì come Sound Designer, incontrando un Game Designer che sarebbe poi diventato il mio futuro compagno di avventura: Massimo Guarini.

Coinvolgimento, sviluppo, tradizione, come sta cambiando il mondo ludico, nella sua più ampia accezione, in rapporto alle nuove forme di comunicazione sociale e ai relativi mezzi dello sviluppo tecnologico?

Secondo la mia visione, tecnologia e nuova comunicazione hanno avuto un impatto soprattutto sulle modalità di fruizione del videogame, cosa che ha sicuramente influito anche sui prodotti sviluppati. Ma bisogna dire che i contenuti e le tematiche tipiche del videogioco sono grossomodo rimaste le stesse, l'innovazione in questo senso è stata molto lenta nell'ultimo decennio. Una spinta vera e propria si è avuta solo negli ultimi anni con l'abbassamento dei costi della tecnologia, e in particolare con la distribuzione digitale. Lo sviluppo, ma soprattutto la distribuzione capillare, che permette di poter raggiungere il proprio pubblico a livello mondiale, è ormai nelle possibilità di tutti. Questo ha consentito l'ingresso nel settore di molte realtà "fresche" e l'apporto di idee nuove, più rischiose dal punto di vista commerciale. È soprattutto grazie a questa piccola rivoluzione che stiamo assistendo a un vero e proprio processo di innovazione in questo settore.

Quanto secondo il suo parere può incidere, la mancanza d'interazione e la settorializzazione dei saperi nei diversi ambiti disciplinari, nello sviluppo del mondo dei game?

Il videogame è per definizione un'opera multimediale, dove appunto tutti i media concorrono all'esperienza, moltiplicando esponenzialmente la loro efficacia grazie all'interazione dei singoli elementi. La vera rivoluzione nella creazione di un videogioco consiste probabilmente nel riuscire ad utilizzare i linguaggi provenienti dalle varie arti come Cinema, Musica, Fumetto, Arti visive facendoli progredire verso un linguaggio proprio del media Videogame. In questo senso bisogna dire che alcuni titoli sono riusciti in questo intento, segnando delle vere e proprie "ere" di avanzamento nella costituzione di uno stile che non è più semplicemente migrato dagli altri settori.

Giocare è imparare: Arte – Musica – Scienza – Tecniche e Tecnologie - Matematica – Lettere - Filosofia - Estetica – Creatività... quanto può facilitare e implementare, l'aspetto formativo e educativo, l'utilizzo dei game ?

Non bisogna dimenticare che il Videogioco è intrattenimento, che nella sua forma più pura non ha responsabilità formative, né tantomeno culturali. Ma così come è successo al Cinema, quando il semplice intrattenimento diventa Arte, automaticamente questo eleva l'esperienza di gioco a momento culturale, con tutto ciò che ne consegue anche in ambito formativo.

L'arte è un gioco, diceva Duchamp, e i giochi sono arte. Quali sono gli aspetti e le forme più rilevanti che identificano questo binomio?

Non credo che oggi uno sviluppatore di Videogame, qualunque sia il suo settore operativo, si prefigga un obiettivo artistico. Tutto quello che viene prodotto negli Studios è sempre al servizio dell'esperienza ludica. Ma probabilmente, dando ragione a Duchamp, è già questo il passo che eleva questo sforzo produttivo allo status di "Arte". Personalmente, occupandomi di Musica, sono molto interessato agli aspetti evocativi di questo mezzo, e sappiamo quanto la Musica la faccia da padrone in questo senso. Credo che quello che si sviluppa nell'immaginazione del giocatore, frutto delle sue personalissime esperienze, è forse l'elemento più potente della fruizione. Giocando si impara, si fanno nuove esperienze e si immaginano altri mondi, al di là della loro più o meno realistica rappresentazione sul video. Per questo motivo quando non c'è uno spazio che possa consentire al giocatore di usare la sua immaginazione creativa, probabilmente l'esperienza risulta piatta, e relega il fruitore al ruolo di semplice spettatore passivo.

A livello creativo, in riferimento al connubio "Arte e Gioco", quanto tale combinazione può contribuire ad un ampliamento di nuovi orizzonti esplorativi e sperimentali?

Come ho detto, non credo che ci si debba fissare degli obiettivi in tal senso. Il gioco è intrinsecamente una esperienza artistica, quando coinvolge il giocatore in senso attivo, chiedendogli di usare la sua immaginazione per completare una parte di storia, gli elementi del puzzle o il senso del tutto. A mio avviso quanto più l'esperienza di gioco è nuova, non clonata da altre cento, e magari affronta tematiche delle quali mai nessun gioco si è occupato, tanto più probabilmente stiamo parlando già di nuovi orizzonti artistici.

Quanto è importante la distribuzione delle competenze all'interno del mondo del game?

Ogni area (Musica, Modellazione 3D, Animazione, Game Design, Programmazione ecc) ha le sue specificità e competenze che spesso sono assai diverse tra loro. Esistono per questo figure che hanno lo scopo di rendere fluida la produzione facendo da collante tra i diversi settori. Tra queste indico principalmente il Producer, che assicura una solida comunicazione tra i dipartimenti mantenendo sempre il focus del team sugli obiettivi comuni, e quella del Game Director che è il regista, l'autore, colui che dà una sola voce alla produzione che altrimenti rischierebbe (e questo purtroppo succede talvolta anche nelle produzioni più blasonate) di essere una confusione di idee e visioni senza coerenza.

Ci può descrivere nel particolare il ruolo e l'attività del Concept Artist?

Il Concept Artist è un artista che traduce i Concept del Game Designer (che sono tipicamente un insieme di informazioni su carta, e di reference ad altri media quali cinema, musica, fumetto) in bozzetti e schizzi, al fine di concretizzare la visione artistica e trovare la giusta Art Direction per il gioco. Anche nel passaggio dalla fase concettuale di pre-produzione a quella di produzione vera e propria, il Concept Artist continua il suo compito di "materializzazione" del pensiero creativo in bozzetti che vengono poi passati agli artisti quali modellatori, animatori, Environment Artist, che li usano come modello per il risultato finale richiesto. L'attività del Concept Artist non dovrebbe avere vincoli legati alla tecnologia: prima si definisce un chiaro obiettivo, poi ci si pone il problema di come realizzarlo tecnicamente. Questo fa sì che il materiale realizzato si traduca in vere e proprie Opere d'Autore; pezzi unici talvolta venduti a prezzi elevati o esposti nelle gallerie d'arte.

Ci può illustrare nello specifico il ruolo e l'attività del Game Designer?

Il Game Designer scrive tutte le regole e le meccaniche di gioco, preoccupandosi di costruire tutto l'universo che le racchiude e facendo in modo che vi sia coerenza. La realizzazione pratica di queste regole, e la loro declinazione nei singoli puzzle derivati dalle meccaniche di gioco principali sono invece compito del Level Designer. Entrambe le figure lavorano sotto il Game Director, che detta le linee guida dal punto di vista concettuale e contribuisce a far sì che il tutto abbia coerenza stilistica e un'unica Vision.

Il ruolo e la responsabilità sociale del Game Designer, vista l'attenzione che suscitano in milioni di persone, impone anche una riflessione sull'etica professionale. Come reputa sia adeguato porsi di fronte a tale aspetto?

Non credo sia corretto parlare di responsabilità sociale per nessuna Opera e per nessun mezzo di diffusione artistica. Il media Videoludico non è più così giovane, e ormai avrebbe bisogno di più libertà nell'uso delle proprie tematiche, indipendentemente dalle questioni etiche o dalle aspettative del pubblico.
Nel Cinema, molti sono i film che sono stati contestati per varie ragioni, ma non per questo si parla di responsabilità sociale del regista. Il vero problema oggi risiede nel fatto che i più giovani hanno talvolta accesso a titoli che dovrebbero essere destinati ad un pubblico più adulto, e questo non può essere in nessun modo una responsabilità del creatore. Non ci sogneremmo mai di sottoporre Arancia Meccanica di Kubrick a qualsivoglia censura, piuttosto facciamo in modo che il film non venga visto da persone troppo giovani che non hanno ancora gli strumenti per poterlo comprendere fino in fondo.

Lo sviluppo indipendente dei videogiochi, ha sicuramente dato nuovo input al settore, che consigli darebbe ad un giovane che voglia intraprendere questa strada?

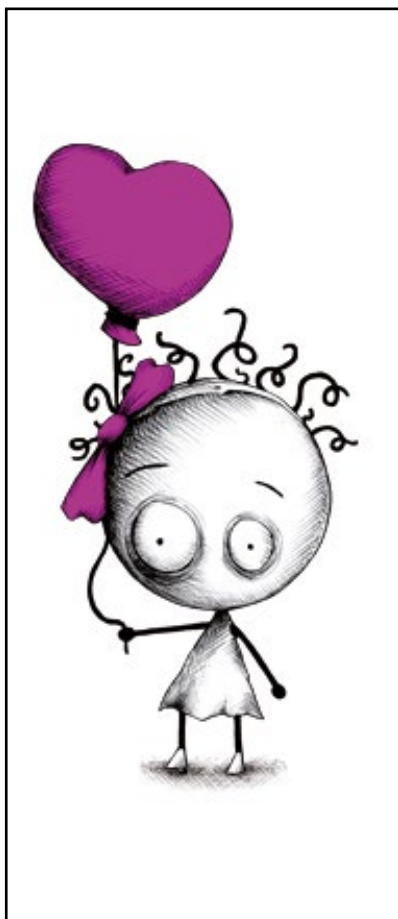
Il mio consiglio è quello di "fare" e concretizzare il più possibile. Oggi è possibile creare dei prototipi, o anche giochi completi, senza troppi costi. L'investimento sulle persone e sulle proprie risorse resta, ma proporsi alle figure chiave del settore avendo in mano qualcosa di concreto sicuramente sorprenderà e convincerà più di tante idee e parole, soprattutto se chi le espone non ha ancora maturato la necessaria esperienza nell'industria per farsi ascoltare. Il prodotto delle proprie idee sarà in questo senso il biglietto da visita più efficace.

Secondo lei, quale è il problema maggiore per chi vuole avviare la sua attività professionale, anche attraverso una start up, nel settore creativo orientato all'esperienza ludica?

Nel nostro paese il problema maggiore risiede nella mancanza di fondi e di investitori che operano in questo ambito. E' molto difficile far comprendere le potenzialità economiche di un Game Studio in fase di Start-up a un finanziatore che si occupa di tecnologia Web. Per non parlare di promuovere la singola idea di gioco, che è un po' come andare in giro con una sceneggiatura cinematografica sotto braccio alla ricerca di un produttore. Il primo pensiero sarebbe quello di andare a Roma, o meglio ancora ad Hollywood.
Bisogna perciò essere pronti a spostarsi per riuscire ad incontrare le persone giuste, coloro che operano direttamente in questo campo, anche se questo può significare fare molti chilometri o oltrepassare i confini del paese. Contrariamente a quello che si crede, lì fuori c'è tantissima fame di giovani talenti e di idee nuove!

Per chiudere, relativamente al suo settore d'azione, quali sono le sue aspirazioni per un prossimo futuro?

Contribuire a dare dignità al videogioco, innovando attraverso l'uso di tematiche, stili, produzioni musicali che camminano al di fuori del solito sentiero battutto mille e mille volte dai blockbuster di turno.
C'è ancora tantissimo spazio e molto da esplorare, la tecnologia ci fornisce i mezzi per farlo e sta a noi creatori saperne fare buon uso, piuttosto che limitarci ad aggiungere un numero progressivo al sequel del momento.
Altrimenti si finisce con il produrre qualcosa che risulta essere soltanto più colorato, più realistico e più lungo da giocare del suo predecessore. Ma, a ben guardare, si tratta sempre dello stesso gioco.

MURASAKIBABY™

STARE *al* GIOCO

a cura di Massimiliano Napoli
Dipart. di Storia, Cultura e Società
Università di Roma Tor Vergata

1

Il gioco è una forma di vissuto che non riguarda solo chi gioca, ma anche chi non ha giocato.
Perché se è vero che il gioco esiste solo in uno spazio e in un tempo definito, dove il giocatore è investito da un poter-fare il gioco, è vero altresì che in quello stesso spazio e in quello stesso tempo deve essere presente un altro attore, altre persone con cui il giocatore instaura una relazione che fa-sapere del gioco. Il gioco, prima di essere vissuto, deve essere riconosciuto non solo da chi è in gioco ma anche da chi è fuori dal gioco (Garvey, in Bruner, Jolly, Sylva 1976).
«La vittoria è completa soltanto se, offerta all'interlocutore, si vede sanzionata dal riconoscimento dell'altro» (Greimas, in Marsciani 1995: 218). Nel gioco non si tratta solo di vincere, sostiene Algirdas Greimas, ma anche di con-vincere, attraverso l'obbligo malcelato di stare al gioco, che è poi sempre un obbligo a re-stare in gioco.

2

L'uscita dallo spazio e dal tempo del gioco, infatti, non è libera allo stesso modo dell'entrata: ci si può mettere in gioco, fare il proprio gioco, cambiare gioco, ri-mettersi in gioco… ma uscire dal gioco prima che questo sia concluso determina un suo naturale invalidamento, sicché accettando le regole del gioco si assume una responsabilità a mantenere la propria persona (un Io-soggettivo, in uno spazio e in un tempo reale) in un certo personaggio (un Io-finzionale, in uno spazio e in un tempo irreale) – in semiotica narrativa un'operazione simile è nota come debrayage attanziale (Greimas, Courtés 1979: 69) –. Così, si finisce sempre per chiudere il gioco. Magari rapidamente e svogliatamente, ma non prima del raggiungimento della fase sanzionatoria, rito di passaggio per cui riconoscere chi ha vinto e chi ha perso permette finalmente la rottura del gioco e il ritorno del soggetto nello spazio e nel tempo reale – un'operazione simile, inversa al debrayage, è nota come embrayage (ivi: 98).

3

Il gioco, dunque, non sembra potersi identificare esclusivamente secondo correlazioni funzionali tra le persone in gioco e gli elementi di gioco, né tra le stesse persone o nella struttura di questi elementi – che, in effetti, è possibile anche sostituire figurativamente con "qualcosa" o "qualcuno" che ne prenda il posto (in certe circostanze anche "niente" o "nessuno" valgono, come la casella vuota, il morto, il fuoricampo...) –.

Piuttosto è la costruzione di un contesto di gioco (Bateson 1956) che scontorna e definisce uno spazio di gioco nel flusso dell'esperienza.
La cornice all'interno della quale viene definito lo spazio e il tempo di gioco installa un nuovo spazio di significazione: è quello che conosciamo come quadro di gioco, entro cui qualcosa fuori dal gioco sta per qualcos'altro nel gioco – le cose e le persone diventano oggetti e personaggi di gioco –. La tenuta del quadro di gioco è così affidata all'accoglimento da parte dei partecipanti di un meta-messaggio implicito, che dice: «Questo è un gioco!» (ivi). Nello sport, dove è necessaria la determinazione netta dello spazio e del tempo di gioco, tale funzione è ben rappresentata dal fischio, dallo sparo, dallo sbandieramento, dalla luce del semaforo, dal suono della tromba, e così via. L'arbitro è più di un giudice di gara: egli è garante e supervisore di quell'accordo metacomunicativo che stabilisce chi, cosa e quando si è in gioco; è il responsabile della tenuta del quadro di gioco.

Anche nei giochi individuali vi è un quadro di gioco da rispettare. Parliamo dei giochi che i bambini fanno con le bambole o le costruzioni, e gli enigmisti con la morfologia e la grammatica, e gli scrittori con le parole e i racconti, e i pittori con le linee e i colori. Giochi anche questi, naturalmente, dove il poter-fare il gioco e il far-sapere del gioco sono diluiti nel mondo e nella vita delle persone, ribaltando l'impianto prospettico per cui lo spazio e il tempo del gioco è evento nel flusso dell'esperienza: occasione di conoscenza, riflessione e comprensione di sé sullo sfondo dello spazio e del tempo reale, di ciò che è irrimediabilmente fuori dal gioco. Da questo punto di vista il gioco è una cosa seria (Volpi 2008); esso riflette tutta la specificità e la profondità dell'esperienza umana. «La cultura sorge in forma ludica, la cultura è dapprima giocata. [… Con i giochi] la collettività esprime la sua interpretazione della vita e del mondo. Dunque ciò non significa che il gioco muta o si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura, nelle sue fasi originarie, porta il carattere di un gioco» (Huizinga 1938: 55). E ancora, in Eugen Fink, leggiamo che «il gioco pervade la vita umana, è mischiato con l'amore, la morte, il dominio e il lavoro e in esso si rispecchiano i grandi contenuti della nostra esistenza: il gioco li abbraccia tutti» (Fink 1979: 400-401). Anche altre specie animali dimostrano di avere comportamenti di gioco, anche individuali, non completamente funzionali alla sopravvivenza – ovvero, come diremmo noi, giochi spensierati o passatempi – ma, a differenza dell'uomo, questi sembrano finalizzati principalmente al "curiosare nel mondo" tramite l'utilizzo di oggetti o elementi ambientali (Allen, Bekoff 1997; Bekoff, Byers 1998); comportamenti che probabilmente saranno poi utili all'ottimizzazione delle strategie di adattamento (Burghardt 2005); e forse, in qualche modo, anche divertenti…

Vi sono, infine, luoghi o momenti dove non c'è né spazio, né tempo per il gioco. Il divieto di gioco è un non poter-fare il gioco, giustificato o che giustifica un dover-fare qualcos'altro: occasioni sociali, manifestazioni culturali, funzioni religiose, e così via, implicano una rinuncia al gioco. Un comune decreto di serietà.
E poi c'è, naturalmente, il lavoro: spazio e tempo fuori dal gioco per eccellenza. Sul lavoro non si gioca e il lavoro non è un gioco; per quanto possa essere piacevole, persino divertente lavorare, a un certo punto le cose si fanno serie e occorre fare i conti con la realtà. Anche se in realtà, a volte, conviene sempre stare al gioco!

LLUSTRAZIONE MEIPING XIE

Bibliografia

Allen C., Bekoff M., 1997, *Species of Mind: The Philosophy and Biology of Cognitive Ethology*, Cambridge, MIT Press.

Bateson G., 1996, *"Questo è un gioco"*, Milano, Cortina.

Bekoff M., Byers J.A. (Eds), 1998, *Animal Play: Evolutionary, Comparative, and Ecological Perspectives*, Cambridge, Cambridge University Press.

Bruner J.S., Jolly A., Sylva K. (Eds), 1981, *Il gioco. Vol. IV: Il gioco in un mondo di simboli*, Roma, Armando.

Burghardt G.M., 2005, *The Genesis of Animal Play: Testing the Limits*, Cambridge, MIT Press.

Fink E., 1997, *Il labirinto del mondo. La filosofia del gioco di Eugen Fink*, Milano, Guerini Scientifica.

Greimas A.J., Courtès J., 2007, *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Mondadori.

Huizinga J., 1973, *Homo ludens*, Torino, Einaudi.

Marsciani F., 1995, *Miti e figure*, Bologna, Esculapio.

Volpi A., 2008, *Il gioco è una cosa seria*, Roma, Carocci.

a cura di Alessandra Cigala

Nota: Il gioco del mondo è il titolo di un romanzo di Julio Cortázar, che per la sua stessa struttura aperta è un invito al gioco per il lettore. Inoltre con questo nome è anche conosciuto il gioco della "campana", rayuela in spagnolo, presenza simbolica costante nel testo, che simula un percorso di prova, all'interno del quadrato come immagine del mondo, tra "cielo" (il vertice superiore) e "terra" (il riquadro inferiore).

ELABORAZIONE GRAFICA FONT NATASCIA SOCCIO

L'uomo è pienamente tale solo quando gioca

Schiller

Nel considerare il mondo come un gioco divino mosso da forze incessantemente costruttive e distruttive al di là del bene e del male, di ogni morale, Nietzsche riprende l'immagine del famoso frammento di Eraclito, che paragona l'eternità alla fanciullezza: "Il corso del mondo è un bambino che gioca a dadi, è il regno sovrano di un bambino". L'eternità, nel suo continuo divenire, trasformarsi e rinnovarsi, ha la stessa innocenza del gioco del bambino e il suo creare e distruggere diventa l'archetipo di ogni attività poetica e artistica. Il gioco è assoluta libertà nella creazione, non ha altra finalità che se stesso, è l'unica attività che, come il fare arte, viene scelta disinteressatamente. L'impulso al gioco, sempre nuovo, "suscita alla vita altri mondi", accomunando così, per Nietzsche, il bambino e l'artista, nel creare e distruggere entrambi in totale libertà.
Proprio per questo suo essere libero e disinteressato, come l'arte, il concetto di gioco è per Schiller alla base dell'esperienza estetica, perché insegna quella creatività grazie alla quale si può liberamente costruire la propria persona. L'assoluta libertà della creazione che è propria del gioco è leggerezza, gioia. La totale gratuità, la spontaneità e lo slancio vitale del gioco, il suo avere regole proprie ma totalmente svincolate da finalità pratiche ne fanno un ponte gettato tra fantasia e realtà, una pausa dalla pesantezza della vita reale, fatta di "come se" e "facciamo che io ero...". Giocare attiva l'immaginazione. Nel gioco non ha però senso contrapporre rigidamente realtà e fantasia, realtà e apparenza; già molto prima dell'affacciarsi sulla scena della virtualità digitale la creazione di mondi immaginari segue articolazioni assai complesse. Giocando accade qualcosa di magico, si dà vita ad oggetti, ci si scambia energia, si comunica con le emozioni. Del resto le origini sacrali del gioco nelle civiltà antiche ce lo rivelano come una suprema forma rituale, una festa arcaica comunitaria. Un simbolismo, spesso oggi dimenticato, collegato al sacro, rivestiva i giochi in origine. Un simbolismo agonistico che dalla lotta contro la morte dei giochi funebri greco-romani arriva ai primi giochi di palla come disputa del globo solare; un simbolismo iniziatico che collega l'albero della cuccagna ai miti di conquista del cielo; che vede nell'aquilone che si libra nell'aria l'anima del giocatore, cui lo lega una sottile cordicella; così come il viaggio dell'eroe e le prove da superare dall'arcaicità del mito si ripropongono ora nel videogioco. Custodiamo dunque queste radici e continuiamo a sentire il gioco come un momento di leggerezza, uno spazio gratuito, libero e creativo dell'esistenza, da vivere tutto al presente, come una pausa dall'incalzare della vita verso il futuro.

Un nascere e un perire, un costruire e un distruggere, che si svolgano in un'innocenza eternamente uguale, si ritrovano in questo mondo solo attraverso il gioco dell'artista e del fanciullo

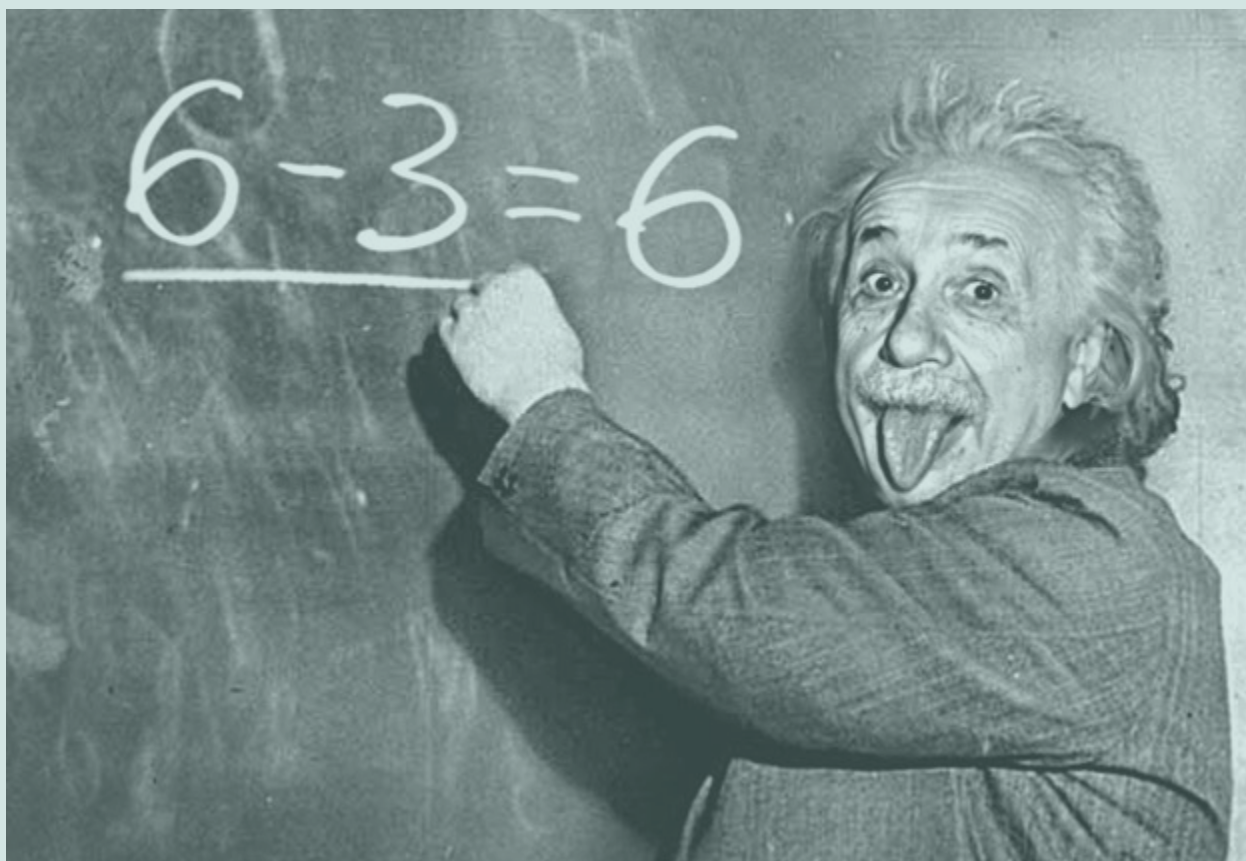
Nietzsche

GIOCARE

con il rischio di non essere compreso

«Smetti di giocare che è ora di mangiare!»

Ragionamenti senza superflue digressioni sullo statuto del "Gioco come simbolo del mondo" di Eugen Fink, avendo a disposizione sull'argomento una vasta letteratura (Johan Huizinga, Roger Caillois, Jean Piaget, Èmile Benveniste). L'argomento si sviluppa nella struttura esistenziale che si rintraccia tra l'attività ludica e il processo creativo dell'artista.

a cura di Carlo Bozzo

LA QUESTIONE DEL TEMPO IMPEGNATO

Al bambino che gioca, più volte viene rivolto un richiamo all'ordine prestabilito.

È un problema ricordare cosa si provava da bambini: l'indifferenza verso l'ora di pranzo non era dovuta alla semplice inappetenza, trascorrevamo le nostre giornate "fitte di impegni". Ora non è più così naturale, gli impegni quotidiani ci allontanano da quella serena condizione. Ricordate, da bambini non avevamo tempo da perdere o meglio, il tempo lo si poteva anche perdere tanto non ne avevamo la misura, non era avvertibile lo scorrere, non era un problema, tutto si viveva al presente.

MITO E RITO

Le nostre occupazioni - non certo pre-occupazioni - non venivano distratte da faccende non avvertite al momento; da piccoli gli impegni erano, ogni volta, im-portanti; nella loro presenza le cose che avevamo di fronte ci "portavano" la dove il mondo era in grado di esprimersi; il gusto maggiore era interpretarne il racconto (mito). Per riuscire a conoscerlo insisteva la coazione a giocare esperimenti infiniti (rito).

ED ORA CHE SI FA?

Siamo consapevoli che quel tempo è passato, la dimostrazione di non poterlo più rivivere, credo sia dovuto al fatto che da adulti ci illudiamo di essere noi stessi a "trasportare" le cose, faticosamente accettiamo di venirne trascinati.
Quell'essere stati im-portanti viene sostituito dal credere di essere importatori. Tutto ciò lo rileviamo osservando il versante del passato, ma anche sul fronte degli impegni (il futuro) la cosa non è semplice. Ci illudiamo di impegnarci verso obiettivi importanti, con progetti da realizzare... tranquilli! Anche questi non li possediamo, come non possediamo più il passato, siamo in continua aspettativa.

VIVERE IL TEMPO NELLO SPAZIO

Viviamo uno spazio di vita presente che non ammette di mantenere ciò che facemmo da bambini (giocare). È un caso di negazioni; ricordarlo non è la stessa cosa che praticarlo. In sostanza il ricordo ne nega lo statuto, questo unito alla considerazione che il futuro "ancora" non lo possediamo, certifica l'incertezza dell'essere in sé.
Se fossimo consapevoli di questa non-certezza metteremmo in dubbio l'importanza del passato e del futuro e vivremmo solamente lo spazio del presente.

IL GRANDE PRESENTE COLLIMA CON LO SPAZIO: LA PRATICA ARTISTICA

Chi è consapevole di questa incertezza può serenamente permettersi di affrontare il "grande presente" mantenendo più elevata la propria partecipazione al gioco.
Personalmente non sono tra quelli che credono alla pura innocenza del bambino, però si deve riconoscere l'importanza del momento esplorativo mentre percorre un'esperienza e, se non eccessivamente deviato, riesce a scoprire l'inedito di fronte alle cose che incontra. Il suo essere ne è coinvolto positivamente, è l'inter-essere tra le cose. Dobbiamo restituire alle parole l'originario valore per rivitalizzarle: lo stesso termine "educazione" in un certo senso contiene un valore deviante, infatti all'origine indicava condurre (ducere) fuori (ex).

UNA COSA È VENIRE A CONOSCERE, ALTRO È RAPPRESENTARE

La tendenza al gioco è quel qualcosa che abbraccia la spinta alla forma e alla natura della materia, perché solo l'unità della realtà con la forma, della contingenza con la necessità, della passività con la libertà, rende compiuto il concetto di esistenza. Si impara esplorando. Per scoprire il mondo si richiede la massima capacità di assorbimento non precostituito; il fenomeno si manifesta nella percezione della natura. Andiamo a verificare anche questo termine: percepire nasce dal latino per-capere, "per prendere" ma ancora prima veniva sottolineata la sua profonda natura, dal greco aisthetikós (estetica) che significa "che è in grado di sentire" viene ricavato aisthánesthai "percepire".
Cosa fanno il bambino e l'artista se non percepire continuamente?

«IO NON CERCO, TROVO»

Questa essenziale affermazione di Pablo Picasso indica quanto la meraviglia dell'incontro inaspettato costituisca il principio che lega la pratica artistica all'attività ludica del bambino. Anche Nietzsche sostiene che il mondo è ricondotto da/ad un fenomeno estetico, in cui la volontà, il principio originario, produce come gioco il regno dell'individuazione delle forme. Afferma inoltre che attraverso il gioco e la lotta tra apollineo e dionisiaco si manifesta la forza plasmatrice del mondo; Eraclito la paragona ad un fanciullo che giocando dispone pietre qua e là, innalza mucchi di sabbia e di nuovo li disperde.

DIFFIDENZA DELL'ADULTO

C'è un altro aspetto che il bambino "inappetente" mette in gioco: il racconto. Raccoglie alcuni elementi circostanti per ordinarli nel suo ordine per raccontarne la loro presenza, è la dimensione immaginifica della sua mente. Non ha lo sguardo limitato da paraocchi, non si "aspetta" obiettivi o finalità, opera il semplice disvelamento delle sensazioni che avverte. Grazie a questo gioco-in-diretta può affermare che «Il re è nudo». Non ha un bagaglio di esperienze, le esperisce in-diretta nel gioco, non anticipa il percorso ma lo ritualizza sulla base di ciò che coglie nella propria dimensione mitopoietica; mitizza il racconto. Non vive pre-occupazioni, si occupa della presenza del presente, potrebbe non essere sincronizzato con il lavoro culinario, ma non è inappetente.

MA CHE LAVORO FAI?

È così che opera anche l'artista al quale, invece di richiamarlo con «Smetti di giocare che è ora di mangiare!», di solito gli viene chiesto « Ah, ho capito, sei un'artista ma che lavoro fai?».
Con l'intelligenza della scoperta l'artista può mettersi in gioco. Così come il mondo, a prescindere il libero arbitrio, è privo di ogni imputabilità morale, è innocente e perfetto in se stesso, è eternamente giustificato e necessario, anche l'artista crea e trasgredisce l'organizzazione delle "cose funzionali a mantenere lo status quo" insita nella dimensione dell'uomo triste, opaco. L'uomo è tale solo quando sa giocare con tutto ciò che lo impegna, qualunque cosa sia.

La riflessione sul tema del Gioco è di fondamentale importanza nell'ambito delle Accademie di Belle Arti. Ben venga dunque l'invito della rivista Insight che indica l'intuizione creativa, tipica della creazione artistica. Intuizione e processo applicativo, che compiono, nello sguardo, l'impulso creativo. *Téchne* designa in greco il "sapere come" ma anche l'astuzia e l'inganno, *poieo* la creazione, *mètis* l'intelligenza pratica. Tutto questo la cultura occidentale lo ha ereditato dalla Grecia e lo ha tradotto come Arte attribuendo per duemilacinquecento anni un senso più o meno coerente fondato su qualcosa che si compie al di là della necessità del quotidiano, di speciale che nasce dal gioco. Può sembrare paradossale ma, mentre sono sempre più richieste da parte della società la ricerca creativa e l'attitudine verso il problem solving, il sistema dell'arte attuale registra invece una gravissima crisi di legittimità. Caratteristica dell'esperienza artistica moderna è stata una nuova modalità produttiva basata sulla "intelligenza" e sulle strategie relazionali capaci di coinvolgere il corpo, lo spazio e la macchina, nel processo progettuale e cognitivo, così come la mente e la "rete", ciò che in era postmoderna è stata definita come "intelligenza connettiva"(De Kerckhove). La funzione artistica attiva infatti lo scambio fra comunità interpretative.

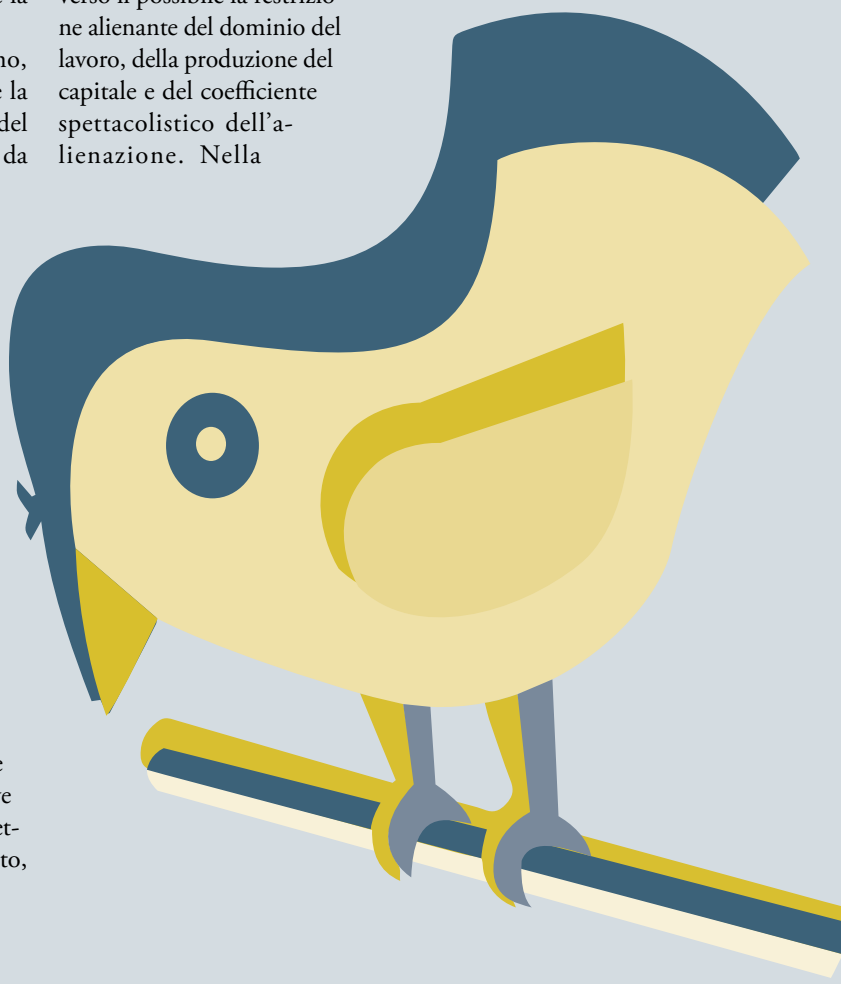
L'esperienza del gioco come libera scelta è costitutiva dell'esperienza estetica nella modernità. L'età moderna della cultura occidentale definisce nel XVIII secolo la nuova funzione dell'arte. Questa non è più vincolata alla funzione mimetica, alla produzione del bello in quanto ri-produzione del bello classico, ma si esercita nella libertà dell'individuo, in una dimensione inedita che ha a che fare con l'intelletto, con il gusto e con il giudizio riflettente. L'animale opera e agisce per necessità, l'essere umano per libertà. Da Kant a Schiller la nuova funzione dell'arte è esercizio del gusto e dell'intelletto, del giudizio e della critica nella libera facoltà di giudizio e di azione. Il Romanticismo con Stendhal affida all'arte una promise de bonheur, ricerca della felicità come caratteristica dell'uomo. Baudelaire parla di una "morale del giocattolo". Nietzsche, dal canto suo, porterà alle estreme conseguenze questa missione affidando all'arte la facoltà di volgere il mondo come favola per rendere il mondo, e con esso la vita, sopportabile, rimettendo al Dio la facoltà della danza. Dioniso è il dio della danza e del libero gioco. Il Grand Jeu è la vena sotterranea che alimenta la vitalità delle avanguardie del Novecento nel territorio magico della sperimentazione. L'arte come Grand jeu è, da Jarry a Daumal, da Roussel fino

a Dada, il territorio del possibile, del reale ricombinato come ready made o come sogno del possibile realizzato, come la Patafisica, "scienza delle soluzioni immaginarie". L'avanguardia del Novecento ha giocato il vincolo del reale nell'iperbole della funzione poetica volgendo nel gioco serio dell'arte la noia del quotidiano, del reale.

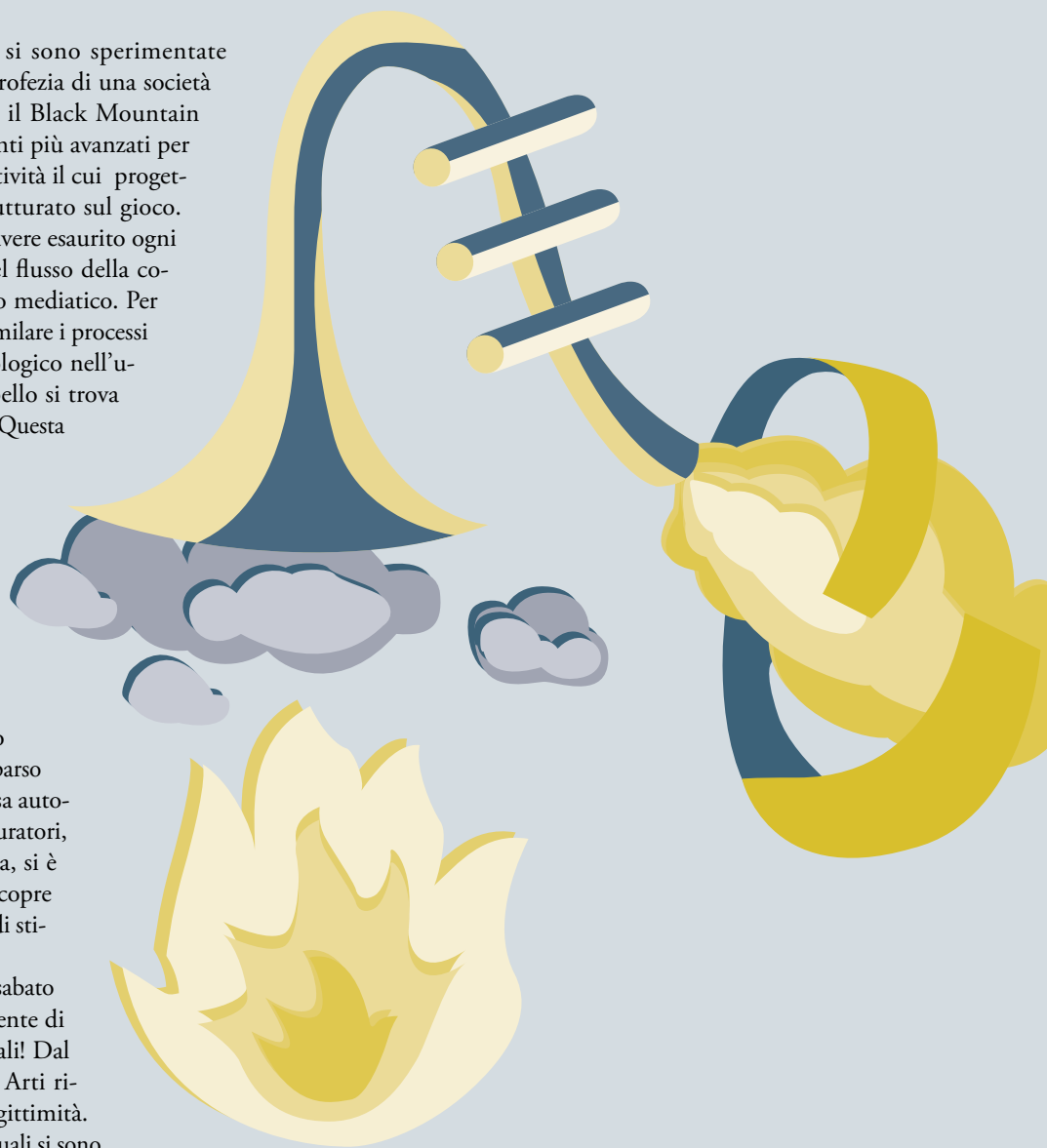
Sperimentare, giocare con la materia e con il sogno, con la quarta dimensione, rendere visibile l'invisibile è la missione dell'arte nella nuova prassi delle avanguardie del Novecento da Duchamp Klee, da Malevic a Kandinskij, da Klein a Manzoni a Fontana. Ipotizzare mondi possibili e intervenire nel linguaggio con una inedita funzione, appunto quella poetica. La visione "a cavallo di un manico di scopa" (Gombrich) pertiene all'artista. Una funzione inedita che agisce eversivamente come elemento ricombinante nella routine del quotidiano. La variante ultima sarà nella psicogeografia urbana situazionista che, non a caso si richiama alla flaneurie baudeleriana. La variabile creativa rende il quotidiano inedito e sorprendente, ma allo stesso tempo ipotizza territori inediti, magici, appunto, nella definizione dell'artistico. Scopo dell'arte non è ripetere le cose viste ma rendere il visibile, dirà Klee.

Qualcosa di straordinario accade nel Novecento quando l'arte si libererà dai vincoli accademici per ripensare i propri statuti linguistici nella pittura, nella scultura, nella partitura musicale, nella poesia, nell'immagine, per "aprire l'opera" verso il possibile. Si ricombina la langue del reale con la nuova realtà della parola. La dimensione moderna dell'arte è quella indicativa di una nuova realtà dove l'immagine non corrisponde più necessariamente all'oggetto rappresentato, ma impone come valore indicale inedito, come ha rilevato Filiberto Menna negli anni Settanta. Da Jarry a Duchamp, da Malevic a Klee, da Klein a Manzoni, la funzione artistica si pone come funzione poetica,(poieo) e ricombinatoria del reale trasfigurato in possibile.

L'arte è ricerca dell'intervallo perduto (Dorfles) tempo sospeso della festa come dimanche de la vie, dove sia possibile riappropriarsi della creatività vincolata nella routine del quotidiano. L'arte, in questa dimensione ludica ed estraniante, si pone come elemento disalienante. La macchina perde la sua funzionalità meccanica, produttiva, ritrovandosi nella condizione celibe, improduttiva, per essere investita di un ruolo ricombinante, in questo senso ludico produttiva di sensi inediti. In fondo il cinema e il design sono gli esempi e le pratiche più pertinenti a questa funzione appropriativa e ricombinatoria. Il gioco è più antico della cultura ha rilevato Huizinga. Il gioco va oltre il bios. E' immateriale e va oltre l'esistenza fisica e la sua razionalità, implica il rischio. Quella del gioco è una realtà parallela alla stessa realtà. Tuttavia esso necessita di regole. Il gioco, sospendendo le regole del reale, apre verso realtà possibili.

La natura umana, dice Schiller, raggiunge la sua completezza solo nel gioco. Wittgenstein individua nei giochi linguistici la sospensione alla abitualità, nella realtà del fittizio (fictio, play, jeu, spiele) nella sua inevitabile teatralità, nel carattere arbitrario, ma all'interno di regole che ne stabiliscono una legalità. A una visione del linguaggio come mimesis, specchio-replica del mondo, secondo Wittgenstein, se ne sostituisce un'altra in cui il carattere denotativo si pone solo come una delle funzioni, uno dei suoi infiniti possibili giochi. Creare nuovi linguaggi equivale a creare nuove forme di vita. Il Novecento ha visto nella funzione artistica una straordinaria possibilità di volgere verso il possibile la restrizione alienante del dominio del lavoro, della produzione del capitale e del coefficiente spettacolistico dell'alienazione. Nella

funzione pedagogica dell'arte si sono sperimentate grandiose possibilità verso la "profezia di una società estetica" (Menna), Il Bauhaus, il Black Mountain College costituiscono i riferimenti più avanzati per la funzione poetica e per la creatività il cui progetto didattico non a caso era strutturato sul gioco. L'arte attuale sembra piuttosto avere esaurito ogni funzione creativa, appiattita nel flusso della comunicazione e nel conformismo mediatico. Per la maggior parte si limita ad assimilare i processi riproduttivi del feticismo tecnologico nell'universo comunicazionario. Il bello si trova dappertutto, tranne che nell'arte. Questa si è volatilizzata allo "stato gassoso" (Michaud) ponendosi ormai come esperienza presenzialistica, evenemenziale, nei vernissages e negli eventi del jet set dell'arte. Esaurito il rituale ecumenico delle tartine e del prosecco, al vernissage la galleria appare come un garage vuoto (Michaud). Il gioco sembra scomparso dalla funzione artistica. La pretesa autorappresentatività dei cosiddetti curatori, caratteristica degli anni Novanta, si è presto esaurita. L'arte attuale si scopre autoreferenziale e povera … ma di stimoli creativi!

Diciamolo con franchezza: un sabato pomeriggio all'Ikea è più divertente di tutte le varie biennali e semestrali! Dal lato loro le Accademie di Belle Arti rischiano molto sul piano della legittimità. Nella funzione burocratica nelle quali si sono ingabbiate, soffocano la libertà della didattica in un patetico conformismo che mira a riprodurre i feticismi dello star system, nascondendo così una pericolosa indigenza estetica. La caratteristica affascinante dell'insegnamento artistico consiste piuttosto nell'esperienza sperimentale, dell'imparare facendo, del rapporto docente-allievo e dell'esperienza collettiva della classe, del laboratorio, unitamente alla conoscenza teorica, della consapevolezza delle intenzionalità estetiche ed artistiche. Il mondo dell'arte attuale funziona come quello della finanza virtuale, pieno di titoli tossici e di bolle finanziarie luminescenti solo nel sistema conformistico e omologante della comunicazione e della speculazione.

Quello dell'arte non è un mestiere come un altro che si apprende applicando tecniche. Alla base della creazione artistica c'è il gioco come sperimentazione e consapevolezza intenzionale. Se le accademie non si riappropriano di questa consapevolezza, che è stata la caratteristica della loro fondazione come evoluzione dalla bottega (Pevsner), nel XVII secolo così fervido di fantasia e di invenzioni, sono destinate a scomparire dal sistema formativo o a giustificarsi solo come centri di spesa ministeriali. Caratteristica affascinante del lavoro in accademia è l'esperienza laboratoriale "alla pari"con la trasmissione del sapere. Ancora: téchne, poiesis mètis, conoscenza della storia dell'arte come processualità di soluzioni di volta in volta trovate da singoli artisti per problemi originali. La conoscenza di tecniche, la capacità progettuale, la consapevolezza intenzionale, costituiscono la esperienza estetica che si volge in prassi artistica e che, attraverso il Gioco, apre alla società come intelligenza connettiva, processo creativo, come ha insegnato Munari. Ho avuto modo di affrontare teoricamente queste tematiche nella mia prefazione all'edizione italiana del libro di Yves Michaud *Insegnare l'arte? Analisi e riflessioni sull'insegnamento dell'arte nel'epoca postmoderna e contemporane*a (Roma, Idea, 2010) e in diversi interventi. Creare, come diceva Dewey non è sinonimo di produrre, significa apportare un contributo individuale e originale, inedito. Apprendere significa impadronirsi di procedure da applicare. Praticare significa eseguire determinati passaggi rispettando determinate regole. Il gioco è l'elemento creativo inedito. L'intuizione dello sguardo che insegna a vedere. Solo riappropriandosi del gioco ci sarà una speranza di salvezza!

GIOCATORI REALI OGNI GIORNO

INSERT COIN

OGNI VOLTA CHE DOBBIAMO PRENDERE UNA DECISIONE, NELLA VITA QUOTIDIANA... RICORDIAMOCI QUANTOMENO SE È MEGLIO ATTACCARE I CARRI ARMATI GIALLI O CONQUISTARE GRAN PARTE DEGLI STATI UNITI!

testo a cura di Francesco Mazzenga

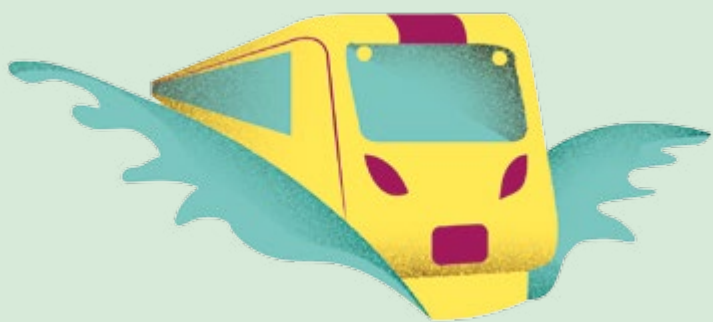
Immagino, senza malizia, che molti articoli in questa monografia, abbiano già affrontato il tema in maniera più approfondita, elegante, sicuramente colta, quindi mi dedicherò alla parte più personale del gioco. Il mio. Delle regole che lo compongono, dei giocatori che ho incontrato e che, probabilmente, incontrerò. Ogni piccola avventura quotidiana, rientra nelle regole di un gioco infinito, dove i contendenti che affrontiamo come avversari, o che ci affiancano come nostri compagni, sono spesso solo conoscenti, se non totalmente estranei. Solo durante lo svolgimento della partita, capiamo realmente le loro qualità, il valore. Come pure le nostre di qualità, ovviamente, a contatto con gli altri. Un collega di lavoro, un passeggero in metropolitana, un amico durante una piacevole serata... ognuno di questi personaggi può partecipare, anche inconsapevolmente, ai nostri tornei personali. Partiamo dalla mattina, quando **il gioco terribile della sveglia, ci ricorda le regole fondamentali: doversi alzare.** Perché sappiamo fin dall'infanzia che la prerogativa principale di ogni sfida o del più semplice dei giochi, è il dover partecipare. Mettere i piedi fuori dal letto, è come avvertire gli avversari che stiamo per iniziare la nostra partita quotidiana. **Superati i giochi d'acqua in bagno**, ci inoltriamo nel percorso ad ostacoli del viaggio per raggiungere il posto di lavoro (gioco?) o studio. Spesso può capitare, pescando dal mazzo la carta sbagliata, che ci si fermi un turno nel guasto di **una metropolitana allagata in modalità acquascivolo,** che è pur sempre ludico se i partecipanti non fossero sprovvisti di costume da mare e con altri impegni impellenti alle 8:30 di un pigro martedì mattina. Ma il PLATFORM mattutino potrebbe essere irto di altri simpatici imprevisti. Come imbattersi in alcuni manifestanti che bloccano una arteria autostradale, o i rappresentanti del "Club della mela cotta" manifestare in Campidoglio

per la scarsità di alberi di mele in centro storico. Sono problemi. Imprevisti che il buon giocatore deve mettere nelle paniere delle opportunità, più o meno accidentali. Possono compromettere l'intera esperienza ludica della vita, a volte… Ma notevoli divertimenti possono capitare anche nel tabellone di gioco di qualsiasi posto di lavoro, dove non di rado i contendenti (colleghi?) sono ben felici di renderci la partita complicata, come pure un autentico inferno, non solo per "agonismo", spesso per mancanza di spirito di squadra. Sovente per incompetenza delle regole minime di gioco. Questi novelli abitanti "contaminati" di RESIDENT EVIL, ti costringono a trasformarti in un saltellante e baffuto SUPERMARIO (o superFrancesco, superGiovanni, superMarta, superPaola etc.) **cercando di raccogliere dobloni in giro**, con non poca difficoltà, e rompere muri a testate: una consuetudine nel nostro Paese MAGIC ITALY. In tutto questo a volte qualcuno ha bisogno di cure, così alcuni personaggi del nostro paniere, si trasformano nell'ALLEGRO CHIRURGO e, seppur raramente, qualche giocatore, purtroppo abbandona la partita. Definitivamente. Non bisogna crucciarsi, nuovi MAGHI, ELFI o PRINCIPESSE sono sempre in arrivo: **INSERT COIN**! Del resto, in questo gioco di ruolo, spesso l'amore "gioca" (ok passatemelo…) brutti scherzi, e ci ritroviamo a condividere l'esperienza ludica con dei compagni di viaggio che possono rendere l'avventura interessante, stimolante e ricca di apprendimento… come pure l'esatto contrario! Sempre più spesso, in quest'ultimo caso, degli arbitri superpartes (veri Giudici?) debbono intervenire per regolare ulteriormente le nuove modalità di gioco o redistribuire gli oggetti raccolti durante i livelli di gioco precedenti. Spesso, tristemente, ridefinire le modalità vitali di giovanissimi giocatori in erba, frutto dei bonus vinti dalla coppia di genitori-gamers ora in lotta tra di loro. Non vince realmente mai nessuno. Perdono tutti. Ma sono i rischi che si accettano nel partecipare al torneo di cui sopra. A volte ci si crogiola nel racconto di partite passate, tentando di capire dove si è sbagliato, in che ponte levatoio si è caduti, quale DRAGO ci ha arrostiti, che tipo di ZOMBIE ci ha morso o in che PRIGIONE siamo incappati nel peggiore dei MONOPOLI. Sono modalità che si possono accettare, come già detto. Ma non è raro il desiderio che ci vorrebbe protagonisti del celebre GTA, fucile alla mano e auto sportiva posteggiata con il motore acceso. Soprattutto di fronte certi uffici/ segreterie/realtà/situazioni… dove la dialettica del protagonista di BRAID o l'agilità del miglior SONIC, non aiutano comunque. Ma in questo modo dove si andrebbe a finire? Nel peggiore dei video game, senza particolare soddisfazione. Ognuno costruisce la propria esperienza di gioco secondo le proprie attitudini, preferenze, morali, priorità. Chi si destreggia nel GIOCO DELL'OCA, casella per casella armati di dadi e pazienza, chi decide di bombardare i carri armati altrui nel proprio RISIKO personale. **Chi risolve a fatica i propri PUZZLE mentali, nel peggior TETRIS che gli sia mai capitato**.
Questione di gioco. O di giocatori? Di lunghezza della partita o della qualità della stessa? Sorrido quando sento parlare di fortuna (sempre altrui) e di sfortuna (sempre la nostra), ma ricordo che i protagonisti mondiali del POKER, sono quasi sempre gli stessi ogni torneo nei round internazionali: sono forse le persone più fortunate del mondo? Ogni partita, nel gioco della vita, è il risultato di fattori diversi e spesso non gestibili, perché non farsene una ragione? Se non si è avventurieri, inutile cimentarsi come la fascinosa LARA CROFT. Se ci si sente scadenti nella memoria a breve termine, MEMORY non è la via giusta. Si sa che non basta un pallone da calcio per trasformarsi in novelli Ronaldo: dovremmo ricordare che lo scopo principale del gioco è il divertimento e nemmeno il solo partecipare. Ci si diverte a vincere come a perdere, dipende dallo spirito e da come si affronta la partita. Non ricordiamo i trofei vinti, ma gli aneddoti dei vari trascorsi. Non merita sguardo la "vetrina" piena di medaglie, rispetto all'esperienza vissuta, alla crescita e alla passione immessa in tale frangente. È il senso che mi piace ricordare, ogni volta che accettavo un partita a FILETTO o alla più eroica delle BATTAGLIE NAVALI, durante le pomeridiane lezioni in Università. Avrò anche perso qualcosa di nozionistico, ma ho conquistato parecchio in termini di esperienza di gioco. E mi sono divertito. E si vede ancora oggi. Credo che la partita sia terminata. GAME OVER.

ILLUSTRAZIONE FRANCESCA CECCARELLI

ILLUSTRAZIONE GUO XU

GIOCARE È… FAVOLOSO

a cura di Rosa Sabina Passavanti

SI GIOCA CON IL FUTURO, AL FINE DI IMPARARE A CONOSCERLO

Trattare del Gioco esprime un segno di una continuità con tutto quanto è stato elaborato a proposito delle Fiabe nel corso del 2013, anno ad esse dedicato. Infatti, è breve la distanza fra Fiabe e Gioco e questo non è altro che l'attuazione di quelle. Le emozioni descritte nella fiaba diventano vere e vissute quando si gioca. La paura, l'ansia del percorso da compiere, l'incertezza del raggiungimento dell'obiettivo si trasformano in attività concrete nel momento in cui vengono trasferite nell'attività ludica. Il Gioco è fra le più importanti attività umane e deve essere trattato con la necessaria serietà congiunta alla dovuta leggerezza che sempre accompagna la trattazione di temi fondamentali per la vita dell'uomo. Nelle scienze del comportamento, per gioco si intende un'attività volontaria e intrinsecamente motivata, svolta da adulti, bambini, o animali, a scopo ricreativo. È indiscutibile che il gioco è un tratto fondamentale della natura umana e per questo viene studiato da diverse discipline. Nell'antichità, Aristotele accostò il gioco alla gioia e alla virtù, distinguendolo dalle attività praticate per necessità e Immanuel Kant definì il gioco un'attività che produce piacere. Nell'opera Homo ludens (1938) il filosofo olandese Johan Huizinga concentra la sua attenzione sul gioco come complesso sistema culturale: «[…] ciò non significa che il gioco muta o si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura, nelle sue fasi originarie, porta il carattere di un gioco; viene rappresentata in forme e stati d'animo ludici: in tale"dualità-unità" di cultura e gioco, gioco è il fatto primario, oggettivo, percepibile, determinabile concretamente; mentre la cultura non è che la qualifica applicata dal nostro giudizio storico dato al caso.» Gregory Bateson, invece, individua l'essenza del gioco nel suo essere metalinguaggio. La metacomunicazione, quindi, serve per rivelare la natura del "come se" del gioco, e la sua creazione di un

mondo irreale in cui azioni fittizie simulano azioni reali. La psicologia ha visto nel gioco il protagonista dello sviluppo psicologico e soprattutto della personalità del bambino. Il primo ad occuparsene fu Sigmund Freud, che rintracciò nei giochi del maschio, il tentativo di imitare il padre e ricoprirne il suo ruolo, mentre con i suoi giochi la femmina cerca di attuare quell'autorità che le viene negata. Freud segnalerà l'attivazione, durante i giochi dei bambini, del processo di identificazione. Il gioco è in grado di aiutare i bambini a superare le loro paure, perché gli consente di trasferire l'oggetto del timore su un altro oggetto, familiare e quindi non pericoloso. Nella società contemporanea si evidenzia una sopravvalutazione del fattore economico e dell'approccio razionale alle situazioni e alle cose in funzione di un concetto di efficientismo dogmatico finalizzato a liberare l'uomo contemporaneo da ogni mistero, dal presunto limite di ciascuna emozione, dal fascino del gioco e della fiaba. Tutto ciò tende ad aumentare la dose di controllo e l'uomo diventa sempre più controllato e controllore incanalato in ambiti sempre più rigidamente programmati. In realtà la forza e la presenza dell'elemento ludico e misterico è particolarmente sentita e significativa nel mondo d'oggi. L'uomo contemporaneo, infatti, è fortemente attratto dagli aspetti meno razionali, misterici e giocosi dell'essere. La crescita della componente ludica è particolarmente evidente nei fenomeni di massa che accompagnano le principali manifestazioni sportive, negli eventi artistici, nella voglia di ciascuno di apprendere nuova consapevolezza attraverso il canale ludico. Il concetto di gioco viene collegato al concetto di tempo libero. Da ciò emerge chiaramente che il gioco ha la funzione di alleggerire le fatiche

LA GIOIA DELLA LIBERTÀ SI PROVA QUANDO GIOCANDO SI ANTICIPA CIÒ CHE PUÒ ESSERE E DEVE DIVENTARE DIVERSO

sopportate o quelle da sopportare in futuro. La gioia della libertà si prova quando giocando si anticipa ciò che può essere e deve diventare diverso, sopprimendo l'immutabilità noiosa e pervicace dell'esistente. Si gode del gioco e si prova piacere nello stato di sospensione caratteristico del gioco, se da esso sorgono prospettive critiche per il mutamento del mondo. Il senso del gioco è allora quello di rendere possibili, con un confronto cosciente, nuovi scenari ed alternative per il futuro. Allora non si gioca soltanto con il passato, al fine di sottrarsi per un po' di tempo da esso, ma si gioca con il futuro, al fine di imparare a conoscerlo e, per quanto possibile, anticiparlo. La ricognizione degli aspetti ipotetici del mondo futuro rivela quindi la radice profonda del gioco e gli assicura quel necessario grado di serietà che fa della condizione infantile e della condizione adulta i due aspetti complementari e insopprimibili della vita. Pertanto se si afferma che il centro di gravità della vita di ciascuno sia il lavoro escludendo il gioco e la libera creatività ad esso collegata, si vive quindi in un mondo monocorde senza fantasia, dove tutto è precostituito e virtuale, anche la ricerca stessa delle emozioni. I cosiddetti spazi di libertà da realizzarsi nelle ferie e nei divertimenti diventano funzionali solo alla sopportazione di quotidiani lavori annoianti, e quindi illusori, nella fasulla convinzione che la felicità umana possa essere rappresentata solo come "evasione" dalla realtà del quotidiano. Questo è un triste lasciarsi vivere, mentre la vita è un'arte, anzi la più bella delle arti. È noto che ogni arte ha le sue tecniche così anche l'arte di vivere ha le sue tecniche che consistono prevalentemente nella rappresentazione quotidiana di attività ludiche. Infatti, una stessa attività può essere o non essere "gioco" a seconda dell'intenzione di chi la compie, del suo stato d'animo e in questo consiste la sua natura di attività psichica soggettiva. Molteplici sono gli aspetti del gioco e di come può essere utilizzato per scopi educativi ed autoformativi ma il suo aspetto più interessante è la "rappresentazione" o "recitazione" che dir si voglia. Nella vita ciascuno recita più ruoli e ciò non solo è inevitabile quanto costituisce la trama dei nostri rapporti interpersonali. I ruoli vengono rappresentati per lo più inconsciamente e, quindi, spesso recitiamo male, sull'onda di situazioni momentanee ed incidentali. Se, invece, siamo in grado di consapevolizzare i singoli ruoli, riusciamo a viverli con la necessaria giocosità lasciando all'Io il suo ruolo di "Regista" che mette in scena le proprie parti. La responsabilità, quindi, è dell'Io in quanto Centro di coscienza che assume il compito di attuare il "piano di vita" e il successo della rappresentazione, non solo in termini di plauso da parte del pubblico quanto della soddisfazione che noi stessi riusciamo a ricavarne, dipende dal suo riconoscimento, dalla sua comprensione della trama della commedia, dalla sua accettazione di essa e dalla sua abilità nell'istruire gli attori rappresentati dai singoli ruoli che ricopriamo.

ILLUSTRAZIONI FRANCESCA CECCARELLI

Stefano Gualeni, personaggio eclettico, docente, filosofo e game designer, interviene in questa quarta edizione di Insight con un articolo pubblicato su Springer riguardante gli effetti ontologici della diffusione delle simulazioni digitali nelle pratiche sociali. In quanto 'umanista digitale', il lavoro di Gualeni è votato alla pratica e alla creazione di nuove tecnologie, metodologie e all'uso non convenzionale delle stesse. In questo senso, crea videogiochi a partire da concetti filosofici, teorie filosofiche a partire da esperienze video ludiche e spesso entrambe le cose allo stesso tempo. In coda all'articolo trovate due esempi di riflessioni filosofiche realizzate digitalmente sotto forma ludica.

[stefano.gua-le-ni.com]

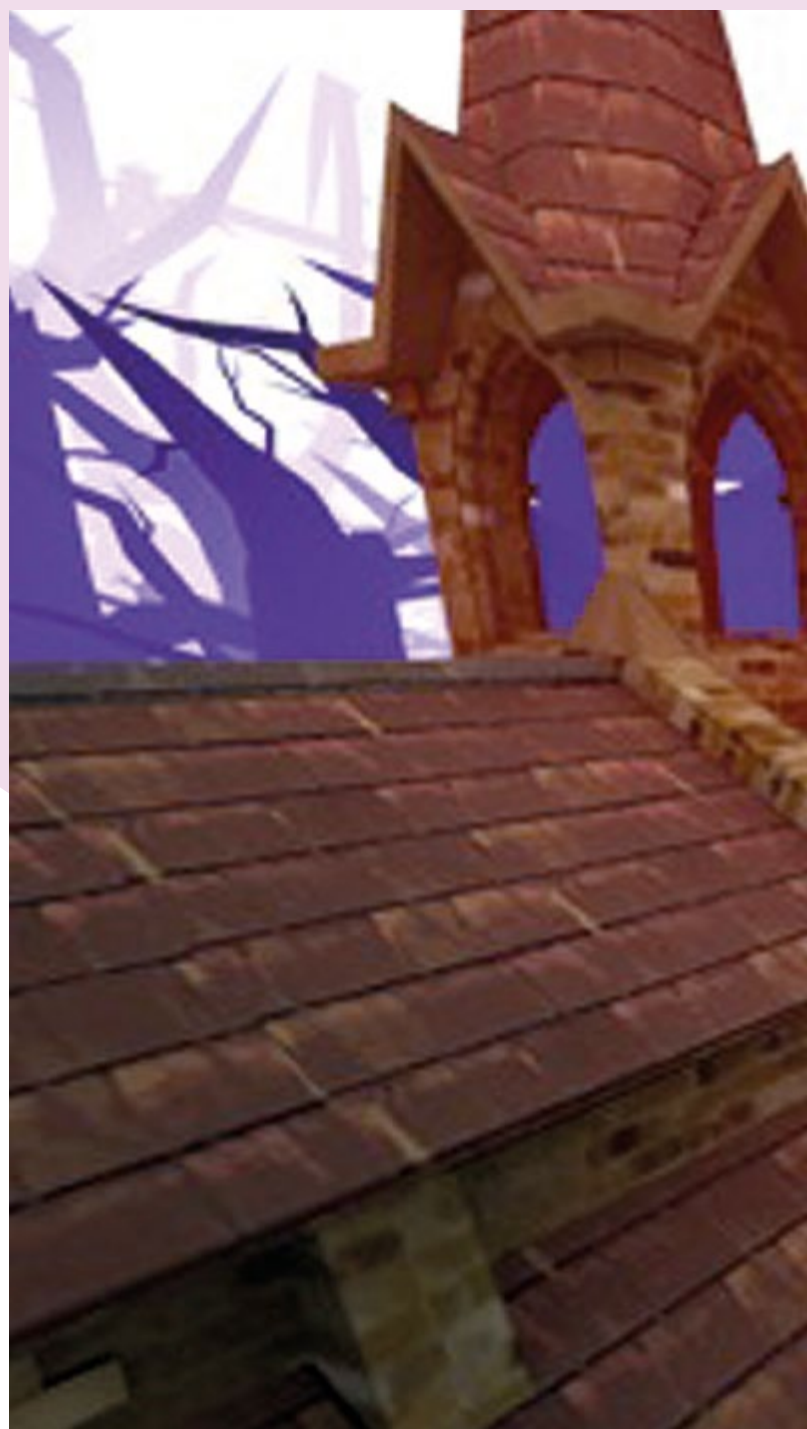
Gli argomenti qui trattati sono tratti e riassunti da:
Gualeni, S. (2013). Augmented Ontologies; or, How to Philosophize with a Digital Hammer. Journal article on Springer's Philosophy of Technology - 2013. Edited by Luciano Floridi, Vol. 26, N. 2, 177-199. ISSN 2210-5433, Philos. Technol., D OI 10.1007/s13347-013-0123-x .

Traduzione dall'inglese a cura di: Francesca Maffioli e Guendalina Fazioli.

OVVERO, COME FARE FILOSOFIA CON UN MARTELLO DIGITALE

TATE

Potrebbe mai una persona trascendere il proprio essere al mondo come essere umano? Potremmo mai sapere cosa vuol dire essere altre creature? Domande riguardo il superamento di una prospettiva umana non sono rare nella storia della filosofia. Nel secolo scorso, questi stessi interrogativi sono stati sollevati, per esempio, dal filosofo americano Thomas Nagel nel contesto della filosofia della mente. Nel suo saggio del 1974 intitolato 'What is it Like to Be a Bat?' ('Che Cosa si prova a essere un pipistrello?'), Nagel offre riflessioni sulla soggettività umana e sulla possibilità di oltrepassarne i vincoli.
Le intuizioni di Nagel sono state elaborate prima della diffusione del computer, e non potevano certo prevedere l'impatto culturale di artefatti tecnologici in grado di materializzare mondi simulati e interattivi così come rivelare alternative virtuali al sé; in tal senso, questo articolo propone una comprensione dei computer come strumenti filosofici ed in particolare fenomenologici. L'abbracciare di un punto di vista fenomenologico implica che le questioni filosofiche sono impegnate e comprese in una prospettiva fondamentalmente pratica. In termini di prassi filosofica, o "filosofia applicata", ho esplorato il rapporto tra fenomenologie umane e mediazione digitale attraverso la progettazione e lo sviluppo di videogiochi sperimentali.
Per esempio, nel 2009 ho concettualizzato e realizzato con alcuni studenti il video gioco action-adventure in prima persona in Haerfest come riformulazione digitale delle domande poste nel famoso saggio di Nagel. Nel gioco sperimentale Haerfest, infatti, il giocatore è tenuto ad esplorare un bosco attraverso le capacità interattive e percettive di un pipistrello (una vista molto limitata in dettaglio e distanza, un olfatto acutissimo e la capacità di usare un biosonar). Il gioco si rivela presto essere basato su una comprensione umana di cosa significhi essere un pipistrello, oggettivato in una tecnologia che in qualche modo imita e riproduce una versione umana della razionalità e, dulcis in fundo, si dimostra essere realizzato per essere compreso e giocato da umani. A Nagel, invece, non interessava affatto scoprire cosa significasse per un essere umano immaginare o simulare di essere un pipistrello. Il filosofo Americano cercava, invece, di scoprire se fosse mai possibile riprodurre come fosse essere un pipistrello per un pipistrello. Vivendo un'esperienza analoga a quella percettiva di un pipistrello in Haerfest, si confermano dunque attraverso l'esperienza diretta le conclusioni di Nagel, ovvero che ci sono ostacoli insormontabili per gli esseri umani nel mappare, riprodurre o sperimentare l'effettiva coscienza di un pipistrello. Anche se non verificabile nella sua effettiva corrispondenza a quelle dei pipistrelli, Haerfest (come altre esperienze digitali interattive che deformano, arricchiscono e frammentano la percezione umana) offre tuttavia l'accesso a esperienze e percezioni che, sebbene ancora inevitabilmente entro i confini delle fenomenologie esperibili dal genere umano, sono inaccessibili agli esseri umani nella loro relazione quotidiana col mondo. E' importante a questo punto notare che mondi virtuali come quello di Haerfest non avrebbero potuto essere sperimentati in questo modo prima dell'avvento del computeri. Per definizione, alterazioni fenomenologiche ed esperienze di mondi virtuali nonpossono non avere effetti cognitivi e persino ontologici.

In questo senso, la mia ricerca riconosce nei mondi virtuali rivelati e resi interattivi dalle simulazioni digitali il contesto in cui un nuovo umanesimo progettuale sta già emergendo.
In particolare, il mio lavoro propone ed esemplifica l'uso della tecnologia digitale interattiva come mezzo per la prova, lo sviluppo e la diffusione di nozioni filosofiche, problemi e ipotesi in modalità complementari ed in alcuni casi persino alternative a quelle testuali. Presentati come esperienze virtuali, ritengo si possa accedere a concetti filosofici, esperimenti di pensiero e alla materializzazione di punti di vista e visioni di mondo alternative senza il filtro dell'immaginazione soggettiva che caratterizza invece la decodifica del testo scritto, medium preferenziale per l'elaborazione e l'espressione filosofica da oltre due millenni. Questa porzione della mia ricerca culmina con la proposta di una nuova disciplina, quella delle 'ontologie aumentate': si tratta di un nuovo ramo della filosofia che, sperimentale e votata alla pratica, è in grado di rendere accessibile esperienzialmente mondi alternativi e esperimenti interattivi per filosofi e psicologi.

Le simulazioni digitali offrono ai filosofi del ventunesimo secolo uno strumento che però, non ha solo un uso sperimentale, ma che a mio modo di vedere si presta anche alla diffusione di nozioni della filosofia classica e, come già anticipato poco sopra, all'emergere di nuove domande filosofiche ('aumentate').
Sto parlando, ad esempio, di problemi e domande come quelle che riguardano l'etica nei mondi virtuali, la fiducia in agenti artificiali, lo status ontologico delle intelligenze artificiali, il valore retorico delle esperienze video ludiche, la possibilità di simulare o collaudare processi politici o sociali in mondi virtuali, eccetera eccetera… Includendo anche la possibilità di aumentare la nostra capacità di percepire ed organizzare il mondo (anche senza dovere necessariamente arrivare alla perfetta simulazione della soggettività di un pipistrello).
A tal proposito analizzerò qui sotto, a titolo esemplare, altri due esempi di video giochi da me realizzati con temi e finalità filosofiche.Vorrei però concludere questo mio intervento con qualche nota precauzionale presa in prestito dal campo della filosofia dei media. Nel suo noto libro del 1964 Understanding Media: the Extensions of Man (Gli Strumenti del Comunicare in Italiano) Marshall McLuhan faceva notare che le estensioni tecnologiche dell'uomo, qualsiasi esse siano, non forniscono solo vantaggi e migliorie alle capacità mentali, percettive ed operative degli esseri umani, ma sono anche (e al tempo stesso) forme di auto-amputazione. In altre parole, ogni nuovo modo di relazionarci alla realtà attraverso mezzi tecnologici e mezzi di comunicazione necessariamente porta all'acuirsi di certe capacità e alla desensibilizzazione di altre (McLuhan, 1994). Con questi effetti ben presenti, suggerisco che l'integrazione di videogiochi e simulazioni digitali con pratiche culturali e sociali (tra cui anche la filosofia) vadano perseguite con la consapevolezza che, come ogni altra forma di intermediazione tecnologica, esse sono in grado di svelare chi siamo e i nostri punti di vista sulla realtà in maniere specifiche, maniere che hanno sempre e comunque sia aspetti rivelatori che aspetti 'occultanti'.

** Uno screenshot tratto dal videogioco Haerfest che mostra – da un punto di vista in prima persona – la combinazione tra le limitate capacità visive di un pipistrello e la sua percezione dello spazio attraverso il biosonar.*

Esempi videoludici:

Come anticipato nella prima parte di questo intervento, analizzerò due videogiochi che considero filosofici e perché li ritengo tali:

Gua-Le-Ni; or the Horrendous Parade (Gua-Le-Ni d'ora in poi) – un videogioco commerciale a cui ho lavorato con gli sviluppatori italiani di Double Jungle S.a.s. per l'Apple iPad tra il 2011 e il 2012, e Necessary Evil – un videogioco autoriflessivo che io ed alcuni amici e colleghi abbiamo realizzato come un contributo ludico al panel 'G|A|M|E on Games: the Meta-panel' durante la DiGRA conference del 2013 in Atlanta, Georgia (U.S.A.).

GUA-LE-NI; OR THE HORRENDOUS PARADE

(www.gua-le-ni.com)

Dal punto di vista narrativo, il mondo di Gua-Le-Ni esiste da qualche parte nel Regno Unito durante una reinterpretazione fantasiosa del periodo delle grandi esplorazioni geografiche. Giocando a Gua-Le-Ni, il giocatore veste i panni di un'aspirante biologo che viene istruito da un vecchio zoologo inglese – tra deliri e balbuzie - su come portare avanti compiti di carattere tassonomico. Sulla sua scrivania di legno scuro c'è un libro fantastico: un bestiario popolato da creature bizzarre e finemente illustrate che (si presume) abitino il 'nuovo mondo'. In modo analogo ai mostri combinatori dei libri testa-corpo-coda con cui probabilmente tutti abbiamo avuto familiarità da bambini ed in modo simile alle creature descritte nelle leggende e racconti mitologici, le bestie di carta di Gua-Le-Ni sono effettivamente delle chimere: assemblaggi impossibile di parti di animali veri. Per esempio, l'esemplare mostrato qui di lato è un CA-BIT-DOR-STER: una bestia di quattro moduli con la testa di un cammello, un pezzo di corpo di coniglio, un altro pezzo di corpo di condor e la coda di una aragosta.
Le creature combinatorie di Gua-Le-Ni deambulano freneticamente attraverso le illustrazioni del bestiario a partire dal loro bordo destro. Dal punto di vista del giocatore, l'obiettivo del gioco è quello di riconoscere i moduli che compongono le creature fantastiche nel loro ordine corretto prima che queste riescano ad attraversare completamente un'illustrazione ed a lasciare il libro (che è la condizione di 'game over'). Incoraggiato dal poco convenzionale mentore, il giocatore deve dimostrare di avere riconosciuto le bestie ruotando, muovendo e girando velocemente dei cubi giocattolo nei pressi del libro. Questi cubi giocattolo hanno immagini di parti di animale disegnate su ogni faccia. Una bestia sarà, come già detto, considerata riconosciuta in maniera corretta quando l'illustrazione ricostruita dal giocatore sui cubi giocattolo corrisponderà alla bestia in gioco. In quanto videogioco single-player con una sola meccanica fondamentale per il giocatore (appunto una meccanica di riconoscimento – matching – basata sulla manipolazione dei cubi giocattolo), credo che Gua-Le-Ni sia sufficientemente semplice e limitante nel proprio guidare il giocatore verso specifici comportamenti ed obiettivi da potere essere considerato in grado di comunicare una semplice idea filosofica attraverso il suo svolgimento interattivo.
Come autore di Gua-Le-Ni, ero responsabile del game design, della regolazione delle variabili di gioco e della direzione artistica e creativa del progetto. Gli obiettivi creativi del gioco e il loro legame con la mia ricerca sono

* *Dare da mangiare alle bestie in Gua-Le-Ni non solo rallenta il loro incessante scalpiccio, ma può anche modificare la composizione delle bestie e rallentarne l'accelerazione.*

stati fondanti in Gua-Le-Ni fino dalla concezione del gioco stesso. Tali obiettivi non sono solo stati perseguiti considerando i videogiochi semplicemente come fattori culturali, ma proprio come mezzi di comunicazione capaci di veicolare esperienze ed informazioni in modi che sono alternativi all'inflessibilità e all'astrazione del testo… Ed alcuni aspetti persino più adatti del testo (per esempio nei casi dell'imparare attraverso la pratica, nell'esplorazione a tentativi di un concetto, nella precisa rappresentazione spaziale di una situazione, eccetera). In questo senso ho trovato divertente criticare la tradizione libresca della filosofia attraverso… Beh, un libro digitale!
A livello del game concept, Gua-Le-Ni è stato ispirato dalla nozione di 'idee complesse' presentata da David Hume nel 1748 nel suo A Treatise of Human Nature (book I, part IV, section VI: On Personal Identity). In estrema sintesi, secondo Hume, tutti possiamo asserire di possedere il concetto mentale di cosa sia un Pegaso. Per il filosofo scozzese, ciò è dovuto palesemente al fatto che – come esseri umani –capita che si possa avere familiarità con la mitologia Greca o le sue più recenti ritematizzazioni. Questo succede anche ai giorni nostri, in cui possiamo ancora incontrare Pegasi in libri, illustrazioni, videogiochi e molte altre forme di sincretismo culturale. In generale, possiamo dire che Pegaso sia rappresentato come un mitico cavallo divino in grado di volare con ampie e leggendarie ali d'aquila. Nel lavoro di Hume, viene usato come esempio di un' idea che non è causata dall'esperienza comune. Nessuno di noi può infatti asserire di avere visto, cavalcato, odorato o toccato un Pegaso, ma tuttavia tutti possiamo intrattenere discussioni sul Pegaso, immaginarlo, scrivere leggende riguardo al Pegaso, ect. A seguito di quanto osservato, l'idea del Pegaso non può, secondo Hume, essere riconosciuta come un'idea semplice in quanto non è causata da immediate 'impressioni' sensoriali di un oggetto. Esso deve, quindi, essere riconosciuto come un'idea complessa: una combinazione mentale di elementi e proprietà di cui la mente umana ha avuto previa esperienza e che riassembla creativamente in qualcosa di nuovo.
Sarebbe interessante discutere cosa significhi 'nuovo' in questo contesto e magari chiarire perché per Hume tutte le capacità creative dell'uomo siano inevitabilmente limitate da ciò che egli può esperire, ma non è questo il momento o il contesto per questo tipo di riflessione. Grazie a fantastici esseri della stessa natura combinatoria del Pegaso di Hume, Gua-Le-Ni obbliga il giocatore a rovesciare le capacità creative della mente descritte in A Treatise of Human Nature per usarle come strumenti logici nel gioco: bestie impossibili faranno la loro parata attraverso lo schermo (ovvero il bestiario fantastico) solo per essere riconosciute dal giocatore in quanto combinazioni di parti di animali esistenti. In altre parole, Gua-Le-Ni è una materializzazione interattiva del concetto Humeana di 'idee complesse'. Ciò che sto cercando di spiegare e che imparando a giocare a Gua-Le-Ni, una persona assorbirà l'idea di 'idea complessa' di Hume, che lo voglia o meno. Usando un videogioco, un giocatore non deve necessariamente usare l'interpretazione testuale o l'immaginazione, ma può accedere a questo concetto in maniera pratica e diretta: come un'allegoria interattiva oggettivamente presente al giocatore.

** Un recente aggiornamento del gioco include una nuova modalità di gioco ed extra parti mostruose, inclusi pezzi di esseri umani!*

NECESSARY EVIL

NECESSARY EVIL

(evil.gua-le-ni.com)

Il secondo gioco filosofico che mi accingo ad analizzare qui si intitola Necessary Evil (Un Male Necessario, se tradotto in italiano) e – come anticipato – è un gioco autoriflessivo che ho originariamente progettato come un contributo ludico al panel 'G|A|M|E on Games:
the Meta-panel' durante la DiGRA conference del 2013 in Atlanta, Georgia (U.S.A.).
L'osservazione filosofica che ha originariamente motivato Necessary Evil è la seguente: i mondi interattivi dei videogiochi materializzano quella che è a tutti gli effetti un punto di vista idealistico sulla realtà. Stando ad una versione radicale dell'idealismo, infatti, le qualità di cui abbiamo esperienza quando incontriamo oggetti (a prescindere dalla loro natura reale o mediata digitalmente) non sono proprietà oggettive: è la nostra esperienza di tali oggetti – ad esempio nell'idealismo soggettivo di George Berkeley – che li rende esistenti in quanto oggetti mentali.
I videogiochi ed i loro mondi sono comunemente ideati e sviluppati con l'obiettivo di offrire al giocatore un certo tipo di esperienza. In maniera simile, dal punto di vista dell'architettura del software, i videogiochi sono letteralmente materializzati attorno alla capacità del giocatore di percepirli ed interagire con essi. Potrebbe essere sufficiente, a questo punto, pensare al fatto che oggetti nei mondi virtuali che sono troppo lontani dal giocatore, la cui vista è impedita da altri oggetti o che sono momentaneamente irrilevanti per il gameplay sono effettivamente inesistenti per quanto riguarda il 'game state'. Questo approccio alla creazione dei mondi virtuali ha ovviamente lo scopo funzionale di limitare la quantità di calcoli che sono necessari al computer per materializzare il mondo di gioco. Da un punto di vista tecnico è un male necessario.
Necessary Evil tenta di problematizzare e demistificare la struttura idealistica dei videogiochi (che passa quasi sempre inosservata) in maniera giocosa ed interattiva. Così facendo, ridicolizza inevitabilmente la visione giocatore-centrica dei mondi virtuali. Dal punto di vista del game design, questo obiettivo viene perseguito dando al giocatore il controllo di un personaggio marginale: un generico mostriciattolo. Seguendo le convenzioni dell'industria del videogioco, questo mostriciattolo sarà un personaggio irrilevante che nel migliore dei casi avrà un ruolo da comparsa nel processo di un altro personaggio: quello principale.

Il personaggio principale sarà un eroe (vedi figura 5). In Necessary Evil, ed in stridente contrasto con la tradizione dei videogiochi dagli anni Settanta ad oggi, questo eroe sarà un personaggio non-giocante (sarà un NPC).
Come già accennato, il giocatore controllerà un mostriciattolo cornuto. Questo mostriciattolo sarà intrappolato in una stanza e privato della capacità di andarsene e di ogni altra forma utile di interazione con l'ambiente. Questa decisione di design è stata adottata in modo da fare sentire i giocatori inutili e senza speranza. Il gioco serve per dare loro la capacità pratica di scoprire come sarebbe il mondo se fosse creato e progettato attorno ai desideri e alle possibilità percettive di qualcun altro. Nella singola stanza che può essere esplorata dal giocatore in Necessary Evil, infatti, nulla potrà essere manipolato o usato in maniera utile e gli oggetti della stanza si riveleranno al nostro mostriciattolo come semplici oggetti scenografici.

* *In Necessary Evil le possibili interazioni del giocatore con l'ambiente saranno inutili e senza conseguenze.*

Il mondo del gioco esiste solamente per essere esplorato ed esperito dall'eroe-non-giocante. Il giocatore è invece presente unicamente per costituire un ostacolo e per essere, fatalmente, superato. Una volta ucciso il mostriciattolo, l'eroe aprirà la porta e continuerà il proprio viaggio. A quel punto, la stanza, la creatura controllata dal giocatore e tutto il resto verranno rimosse dalla memoria del computer senza lasciarsi dietro nulla. Alla rimozione degli elementi di gioco corrisponderà anche la fine dell'esperienza per il giocatore.

** In Necessary Evil, l'eroe è un NPC eloquente ed inarrestabile, il cui obiettivo è quello di distruggere il male. Attaccherà il mostruoso personaggio controllato dal giocatore appena ne avrà la possibilità.*

Seguendo la tradizione fenomenologica, considero che solo la relazione persistente con un mondo possa portare ad un effettivo effetto di carattere cognitivo. Ispirato dal lavoro del primo Heidegger, utilizzo il termine 'mondo' per indicare l'insieme interconnesso di enti e relazioni tra i detti enti quanto questo è percepibile ed intellegibile in un certo contesto temporale. Questa distinzione permette di stabilire una chiara distinzione tra gli effetti di esperienze di mondi virtuali e quelli di sogni ed allucinazioni.
Ritengo necessario precisare che, in questo contesto, non sto utilizzando il termine 'umanesimo' nella sua connotazione comune, ovvero ciò che è emerso dall'incontro tra la civiltà romana e la cultura tardo-ellenistica. Secondo quell'accezione convenzionale, 'umanesimo' indica la realizzazione dell'essenza umana attraverso "erudizione e formazione in buona condotta" (Heidegger 1998, p.244). Heidegger ha osservato come questa comprensione dell'umanesimo non soddisfi appieno l'essenza originaria degli esseri umani, ma piuttosto "viene determinata in relazione ad un'interpretazione già stabilita della natura, della storia, del mondo, e [...] gli esseri nel loro complesso." (Heidegger 1998, p.245) Il pensatore tedesco ha ritenuto questo modo di abbracciare l'umanesimo riduttivo: un sottoprodotto della metafisica occidentale.
Come specificato da Heidegger stesso nel suo saggio del 1949, Lettera sull'Umanesimo, la sua opposizione alla accettazione tradizionale del termine umanesimo non auspica l''inumano' o un ritorno al 'barbaro', ma nasce invece dalla convinzione che l'umanesimo non può che essere ben compreso e ripristinato nella cultura come il modo più originale di prendersi cura dell'umanità e comprendere il suo rapporto con l'Essere. In Essere e Tempo (1927), Heidegger utilizza il termine 'progettualità' per indicare il modo in cui un Essere si apre al mondo secondo le proprie possibilità di essere. (Heidegger, 1962, pp.184 – 185) Ispirato dalle opere di Heidegger, Helmuth Plessner, Vilem Flusser e Michel Foucault, il mio lavoro propone di adottare con il termine 'progettualità' l'innata apertura degli esseri umani verso il costruire se stessi e il proprio mondo grazie a artefatti tecnologici. In questo senso, il mio lavoro propone una visione della tecnologia quale materializzazione della constante tensione dell'umanità verso il superamento delle proprie limitazioni fisiche, percettive, operative e comunicative. Credo sia necessario osservare che, in analogia con altri prodotti di design, giochi e videogiochi che si prefiggono un obiettivo critico, Necessary Evil utilizza sistemi di controllo, convenzioni di gioco ed elementi estetici che sono già comuni e radicati nella tradizione di un particolare contesto (nel caso di Necessary Evil faccio riferimento a quella dei giochi action-role-playing-game). La decisione di non perseguire innovazione nel design in questo caso, ma di utilizzare ben consolidate convenzioni ha due vantaggi nello specifico uso critico dei videogiochi:
1) Ai giocatori non deve essere insegnato nulla della struttura del mondo e di come agire in esso, e ciò permette loro di accedere ai messaggi critici del gioco in maniera più efficiente ed immediata.
2) Gli aspetti critici e sovversivi del gioco diventano immediatamente più evidenti in contrasto con il contesto già noto ai giocatori, rispetto ai quali risultano inaspettati e non familiari.

BIBLIOGRAFIA
Heidegger, M. (1998). Pathmarks. Cambridge (MA): Cambridge University Press.
Heidegger, M. (1962) Being and Time. Trans. Macquarrie, J. and Robinson, E. San Francisco (CA): Harper & Row Publishers Inc. (Il testo originale in Tedesco è del 1927).
Hume, D. (1738). A Treatise of Human Nature. Available online at http://www.gutenberg.org/files/4705/4705-h/4705-h.htm (accessed on May the 28th, 2014).
McLuhan, M. (1994). Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge (MA): The MIT Press. (Il testo originale in Inglese è del 1964).
Nagel, T. (1974). 'What Is it Like to Be a Bat?' In The Philosophical Review, 1974, Vol. 83, 435 – 450. Ithaca (NY): Cornell University Press. Available online at http://organizations.utep.edu/Portals/1475/nagel_bat.pdf

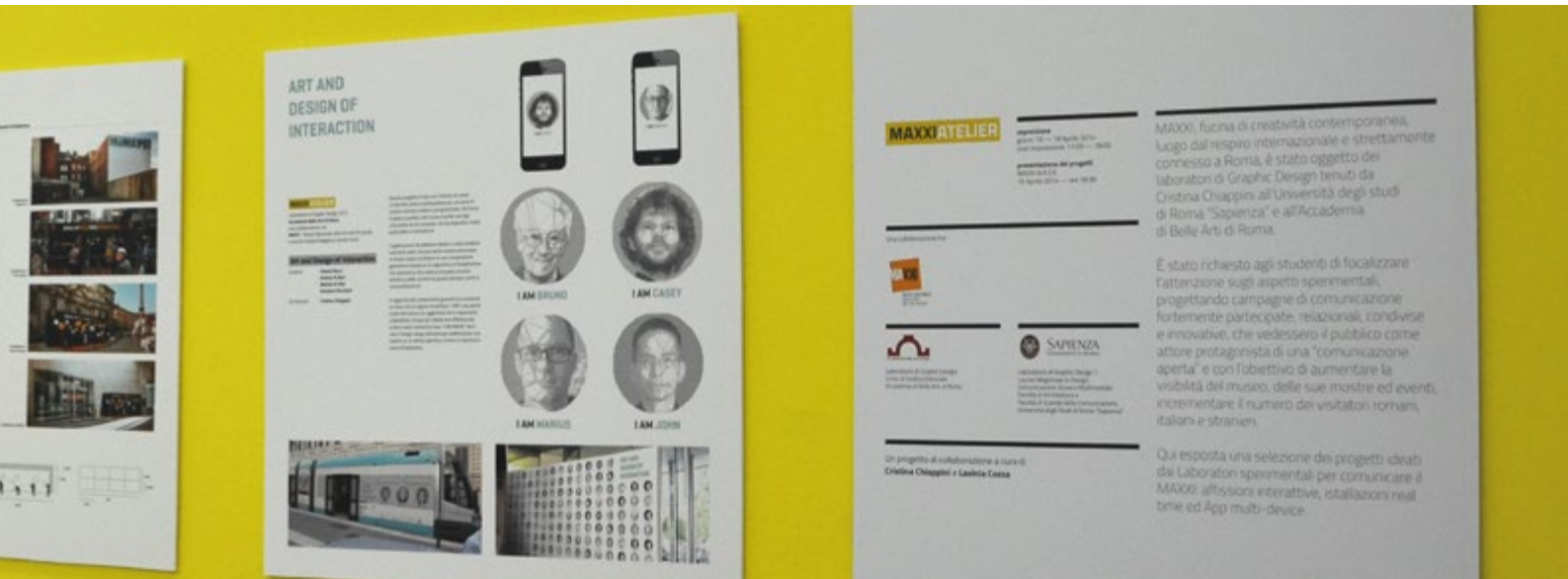
“La gente non smette di giocare perché diventa vecchia; diventa vecchia perché smette di giocare.”

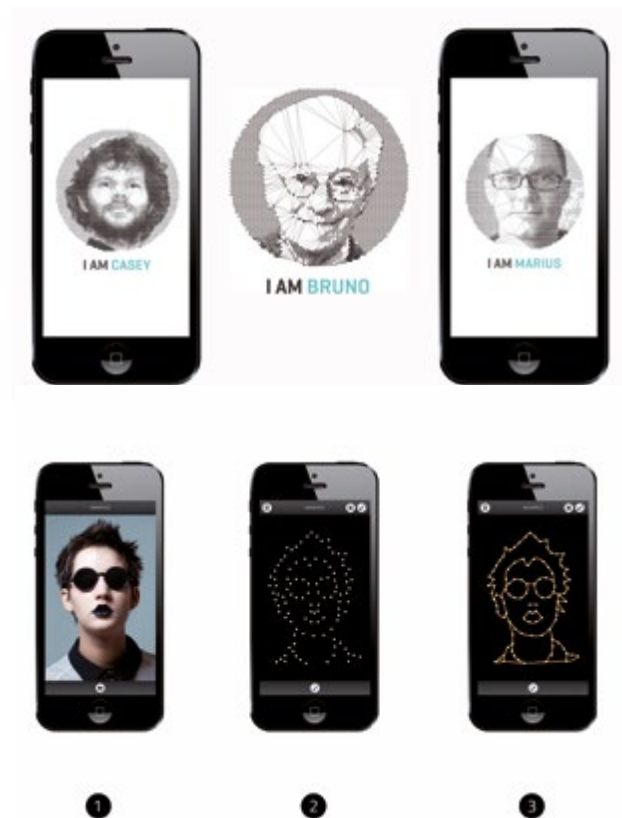
Oliver Wendell Holmes Jr

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

MAXXI ATELIER

Campagne di comunicazione innovative sul museo, proposte dagli studenti dell'Università degli Studi di Roma "Sapienza" e dell'Accademia di Belle Arti di Roma, nel corso dei laboratori di Graphic Design condotti dalla prof.ssa Cristina Chiappini.

Maxxi Atelier, un progetto di ricerca condotto dalla professoressa Cristina Chiappini, e sviluppato dagli studenti dei corsi di Graphic Design, presso le Istituzioni dell'Accademia di Belle Arti di Roma, e dell'Università degli Studi di Roma la Sapienza. Dieci i progetti selezionati, scelti tra le migliori proposte pervenute, frutto di idee creative volte a ideare nuove campagne di comunicazione innovative sul museo, le sue mostre e i suoi eventi. L'ideazione di queste proposte nasce in aula, dove per prima cosa la professoressa ha guidato gli studenti in un brainstorming, un processo creativo volto a fare emergere nuove idee, favorire l'apertura mentale al fine di tirar fuori l'idea creativa. In questa fase ai ragazzi è stato richiesto di trovare, individualmente, alcune componenti chiave su cui costruire i progetti: ciò su cui tutti hanno posto la loro attenzione è stata la grande presenza di spazio bianco all'interno della struttura. Successsivamente, agli studenti suddivisi in gruppi è stato chiesto di sviluppare tre differenti proposte seguendo un brief di base, nel quale erano indicate, oltre ad alcune informazioni generali sulla struttura, le linee guida da seguire nell'ideazione di una campagna pubblicitaria, o, nel caso di alcuni progetti delle classi dell'anno precedente, un ciclo di mostre. Le proposte dovevano essere interattive, ovvero prevedere l'azione diretta del visitatore; ed essere aperte quindi ad un pubblico locale, e allo stesso tempo internazionale.

"Art and Design of Interaction"

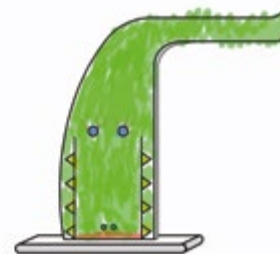
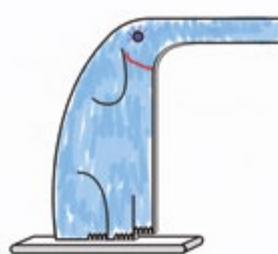
Alcuni hanno scelto di ideare una app che collegasse le persone al circuito MAXXI. Questo è il caso del gruppo composto da Valeria Bocci, Andrea Di Bari, Matteo Di Vito, Giordano Ricciardi, il cui progetto "Art and Design of Interaction" è nato con l'intento di creare un'identità visiva e partecipativa per una serie di mostre sull'arte cinetica e programmata, che fosse fruibile al pubblico del museo tramite una app, utilizzabile sia da computer che da dispositivi mobili quali tablet e smartphone. L'applicazione analizza una fonte video che può anche essere processata in tempo reale e la traduce in una composizione geometrica basata su un algoritmo di triangolazione che riprende la cifra estetica di quella corrente artistica e delle correnti da questa derivate come la computational art. In aggiunta alla componente geometrica è presente un testo che fa seguire al prefisso "I AM" una parola scelta dell'utente (un aggettivo) che lo rappresenti e identifichi; di base se l'utente non effettua una scelta il testo reciterà la frase "I AM MAXXI" , ed in caso il design venga utilizzato per pubblicizzare una mostra su un artista specifico, il testo ne riporterà il nome di battesimo.

"Maxxi Face - paint your Maxxi face"

Anche il gruppo di Chiara Giansante, Valeria Muratore e Anna Carlostella, ha ideato un'applicazione "Maxxi Face - paint your Maxxi face", per smartphone e tablet che permette all'utente di personalizzare l'immagine del proprio volto attraverso l'utilizzo di una palette e di numerosi pattern di alcune delle più importanti opere d'arte contemporanea. L'utente diventa protagonista attraverso la rappresentazione del proprio volto che potrà usare come immagine del profilo nei social network.

"EXXPRESS yourself"

Alcuni gruppi hanno preferito un approccio più pratico, meno digitale, che preveda un'interazione fisica da parte dell'utente. È il caso di "EXXPRESS yourself" campagna pubblicitaria ideata dal gruppo di Giulia Fanelli, Francesca Ceccarelli, Davide Borgia, Elisa Merino Vazquez. Exxpress yourself è una campagna che si basa sull'interazione fra il pubblico e il MAXXI, attraverso lo stickering, ovvero lo sfruttamento dell'adesivo per veicolare messaggi con un linguaggio semplice, immediato e universale. Nell'intento di portare il MAXXI nella città, sono stati realizzati dei poster pubblicitari adesivi, contenenti degli sticker che richiamano le forme più caratteristiche del Museo: le scale, i tubi e la grande finestra inclinata. Il pubblico è invitato ad intervenire, anche sui manifesti sfruttando gli strumenti a sua disposizione (pennarelli, penne, bombolette spray, etc.) per creare composizioni frutto della loro libera espressione e della loro creatività, da qui il naming "Exxpress yourself". Lo scopo è anche quello di invadere la città di sticker, così che gli utenti ne siano incuriositi e siano attirati al MAXXI. Nella sua ottica aperta ed orizzontale, la campagna sfrutta anche la popolarità e la potenzialità dei social network quali Facebook, Twitter e Instagram, attraverso i quali sarà possibile condividere la propria creazione, con lo scopo di invadere anche l'ambiente virtuale di sticker in modo facile ed immediato.

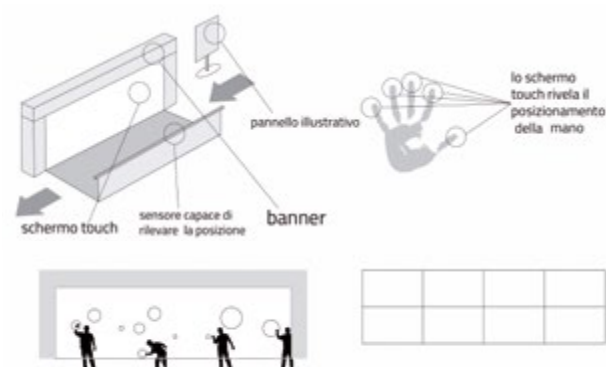
"I FEEL MAXXI"

Un altro gruppo che ha sviluppato una proposta pratica, è stato quello composto da Giulia Dominici, Luca Vitale, Alessandra Gosti e Athea Boni. "I feel MAXXI" è un progetto che nasce con l'obiettivo di far conoscere il museo ai più piccoli. Per sensibilizzare i bambini, in particolar modo quelli delle scuole elementari, hanno creato delle mascotte dall'aspetto simpatico ed accattivante, che hanno utilizzato per progettare manifesti ed inviti interattivi. Per creare tali personaggi si sono lasciati ispirare dalla forma della planimetria del museo.
L'interazione è stata studiata in modo tale da stimolare la creatività dei piccoli. Nei manifesti, ad esempio, si richiede di completare la figura proposta con i colori, mentre negli inviti viene fornita una figura da colorare, ritagliare e comporre. Le interazioni sono, dunque, chiare e semplici. Il gioco può essere svolto sia da bambini soli che in gruppo: ad esempio i manifesti vengono proposti alle scuole come oggetto di lavoro di gruppo. Attraverso questa strategia i bambini associano l'arte e l'apprendimento al piacere, al gioco ed alla collaborazione.

"MAXXI INTERACTION"

Non solo app, non solo manifesti, c'è chi ha pensato ad un'interazione diversa, più ampia, come il gruppo di Rita Colonna, Daniela Dibattista, Salvatore Cuccaro e Caterina Sorrentino, che ha ideato "MAXXI INTERACTION": un'installazione interattiva che ha

come scopo quello di rendere visibile il concetto di comunicazione, sfruttando i nuovi mezzi comunicativi come l'arte digitale e interattiva che permettono la partecipazione dell'utente. Il progetto ha come obiettivi: far comunicare il Maxxi con diverse culture sfruttando i nuovi mezzi di comunicazione; dare l'idea di un'arte nuova ed innovativa che copre tutti i vari tipi di target; far "uscire" il Maxxi dalla sua struttura e dal comune canone di museo, per far acquisire un'identità che sia aperta, partecipata e relazionale. MAXXI INTERACTION utilizza un cubo le cui dimensioni sono di 250 cm x 250 cm. Ha uno scheletro in acciaio sul quale verranno posti dei pannelli touch screen, che saranno il mezzo di interazione. La struttura è stata ideata per essere collocata all'interno di spazi pubblici e affollati, come ad esempio Piazza di Spagna in quanto è una postazione dove si concentra un elevato numero di persone ogni giorno. Per ampliare il concetto di connessione e interazione, la stessa struttura sarà posta contemporaneamente all'interno del Maxxi e tramite una webcam sarà possibile vedere reciprocamente ciò che succede in entrambe le postazioni. Attraverso gli effetti grafici ottenuti dalle interazioni degli utenti, sarà possibile effettuare un'eventuale esposizione che ha lo scopo di inglobare gli utenti nel concetto di arte.

"Roma/NY real time interaction"

Il gruppo di Lorenzo Marconi, David Vitali, Paola Lo Campo e Fabrizio Valenti la pensa ancora più in grande proponendo "Roma/NY real time interaction". La campagna punta alla realizzazione di una video installazione interattiva, ideata come opera aperta in cui diversi utenti, potranno interagire tra loro, in due città e quattro realtà separate: Roma (Piazza Navona e MAXXI); New York (Times Square e MoMA PS1). Roma e New York: due città, due luoghi simbolo della storia e della modernità, della cultura e del progresso, che comunicando e interagendo si mostrano nelle loro peculiarità, nei volti della propria gente, nelle azioni di ciascun individuo che, anche dal proprio angolo di mondo, partecipa alla creazione di un vero e proprio villaggio globale. L'iniziativa è indirizzata ad un target nazionale ed internazionale, tutto il pubblico dei non addetti ai lavori, connotati dalla volontà di partecipare a programmi culturali e ludici che stimolino l'interesse e il coinvolgimento.Target importante è anche quello degli artisti, linfa vitale e medium indispensabile del progetto.

Al di là di una buona resa prettamente accademica, questi progetti, sono solo alcuni degli elaborati che il 15 aprile sono stati esposti, all'interno della struttura MAXXI B.A.S.E. , e presentati dagli stessi studenti. All'incontro erano presenti, oltre alla professoressa Cristina Chiappini, la resposabile della comunicazione visiva Lavinia Cozza, e la direttrice dell'Accademia di Belle Arti di Roma Tiziana d'Acchille.

a cura di Giulia Fanelli

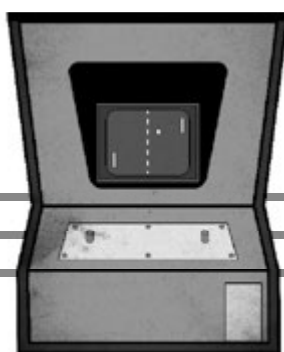
ILLUSTRAZIONE GIULIO ASCIONE

ILLUSTRAZIONE SARA BOCCARDI

THE VIDEOGAME CHALLENGE

L'opera multimediale interattiva, meglio conosciuta come "videogioco", è attualmente una delle forme artistiche più interessanti da osservare e studiare. A Roma, nel 2012, è sorto un luogo dove ciò avviene ogni giorno: VIGAMUS, il primo museo del videogioco d'Italia, secondo in Europa dopo il Computerspielemuseum di Berlino. Una struttura nata con il preciso scopo di conservare e divulgare l'eredità culturale legata alle opere multimediali interattive. VIGAMUS si avvale di diversi strumenti per perseguire la sua missione. Un'esposizione permanente racconta l'onorata carriera del medium, iniziata nel 1958, attraverso le pietre miliari e le storie di coloro che, con il videogioco, hanno cambiato il mondo. Geni, visionari, innovatori: come Nolan Bushnell, il padre della game industry, o Tomohiro Nishikado, l'inventore dell'immortale Space Invaders. All'esposizione si affianca un'imprescindibile componente dinamico-interattiva. Grazie a oltre 40 postazioni, e una sala dedicata al visore per la realtà virtuale di nuova generazione Oculus Rift, è possibile sperimentare e comprendere passato, presente e futuro del fenomeno videogioco. VIGAMUS si propone anche come un'inarrestabile piattaforma per eventi, suddivisi per diverso tipo di pubblico: conferenze, tavole rotonde, incontri con i grandi autori e artisti delle opere videoludiche, ma anche sfilate cosplay e raduni per appassionati, che fanno di VIGAMUS una vera e propria casa per tutti i videogiocatori.

Marco Accordi Rickards

1961/62
SPACEWAR!
Nasce il primo vero videogioco.

1972
PONG
Il primo COIN-OP.

1977
ATARI VCS 2006
Prima console da casa di successo mondiale con giochi intercambiabili.

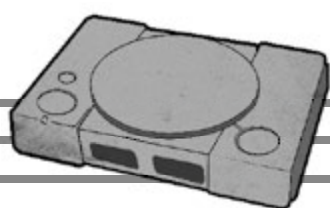
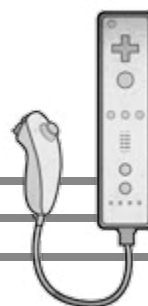



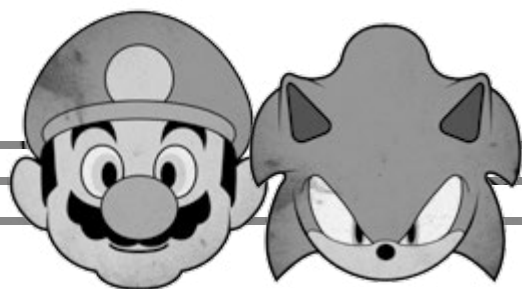
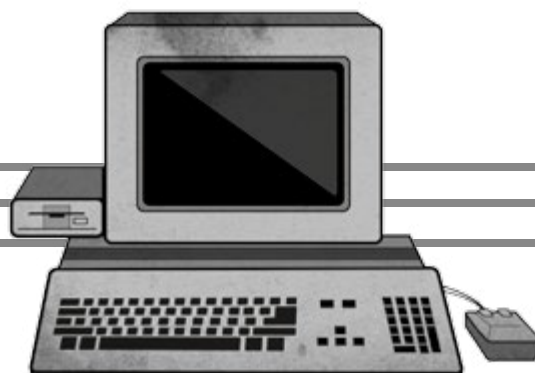
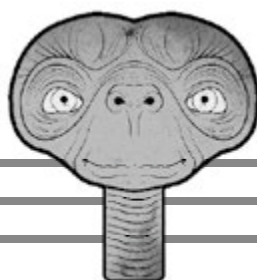
ILLUSTRAZIONE GIOVANNI MEI

TEAM BLACK EAGLE

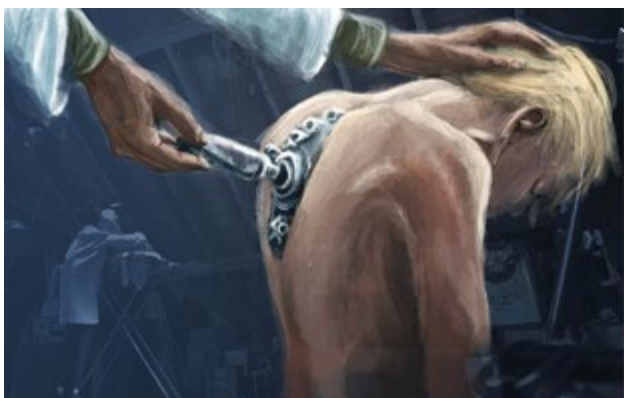
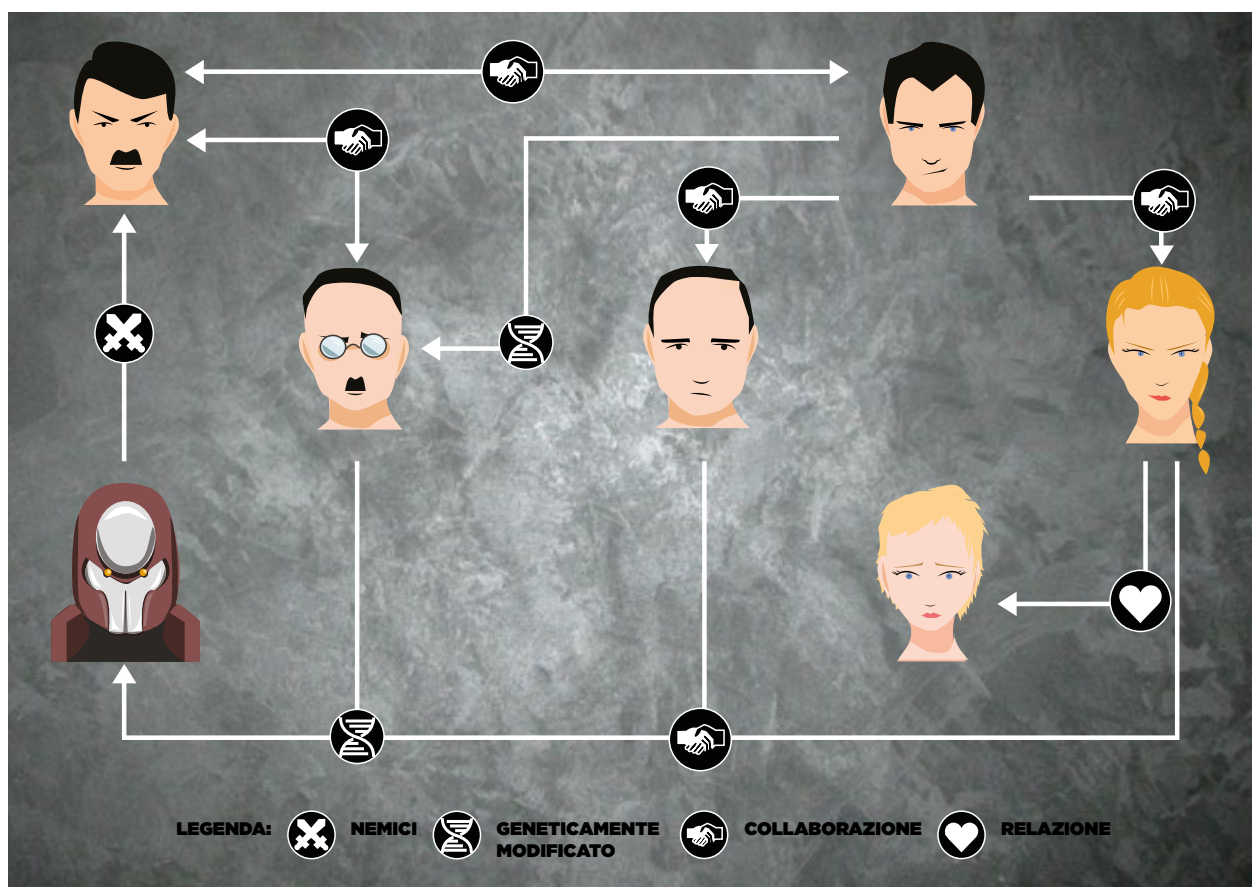
ILLUSTRAZIONE GIULIA BERNARDINI

"In seguito allo scoppio della Seconda Guerra Mondiale, avvenuta il 1° settembre 1939 con l'invasione della Polonia da parte dei nazisti, il mondo ha sofferto sei anni di devastazioni e sofferenze e ha sopportato la perdita di oltre 50 milioni di persone. Nel 1945 finalmente l'Impero nazista cade sotto l'attacco degli Alleati, ma Hitler, in gran segreto, sta architettando qualcosa..." Da questo concept è nata una sfida tra gli studenti dell'Accademia di Belle Arti divisi in due gruppi: Black Eagle e Red Star. A ciascuna delle squadre è stato affidato un tema diverso da affrontare. Ai Black Eagle è stato affidato il compito di ambientare il gioco in una realtà immaginaria. Le uniche regole? Il gioco deve raccontare la storia d'amore omosessuale fra due ragazze, ambientata in un mondo parallelo in cui i nazisti hanno ipoteticamente vinto la Seconda Guerra Mondiale. Il gruppo, composto da circa venti ragazzi, non si è solo occupato di delineare una storia, creare i personaggi e definirne il campo d'azione, ma ha anche progettato un'efficace campagna pubblicitaria sfruttando il concetto del guerrilla marketing e incrementandola con un trailer accattivante. Fallen Reich, questo il nome del progetto, si presenta come un videogioco attinente alla realtà dei fatti storici e ai temi commissionati, che rivendica un profondo senso di uguaglianza e speranza. Il suo "marchio"? Un triangolo capovolto, generalmente usato dai nazisti per marchiare gli omosessuali, ma trasformato in questo contesto nell'emblema della resistenza e della libertà. L'Europa bellica degli Anni '40 fa da sfondo a una narrazione frutto della delicata combinazione fra eventi storici reali e episodi immaginari. Per esempio, molti personaggi del gioco sono realmente esistiti e sono stati intrecciati sapientemente con l'intento di far rivivere al giocatore l'angoscia e la paura che portarono i 12 anni di nazismo. Il gioco è uno stealth-action strutturato a missioni; queste ultime possono essere portate a termine attraverso due modalità: furtiva e furia. La modalità Furtiva è quella base, in cui il personaggio tenta di non farsi scovare dal nemico. La modalità Furia scatta nel momento in cui si viene scoperti e il nemico attacca il giocatore.

ILLUSTRAZIONE ALESSANDRO CASTELLI GATTINARA

ILLUSTRAZIONE ALICE FERRETTI

LA STORIA

Dagli inizi degli anni '40, nel campo di sterminio di Auschwitz si stavano effettuando esperimenti di eugenetica volti al miglioramento e al perfezionamento della cosiddetta "razza ariana". A capo del progetto vi era il dottore, antropologo e capo delle SS Mengele: un uomo astuto, efficiente e estremamente attento ai dettagli. I suoi studi ed esperimenti sui deportati condussero a grandi progressi nel campo della robotica e della cibernetica. L'obiettivo del regime era quello di creare un nuovo esercito di uomini-macchina, che dovesse fronteggiare qualsiasi opposizione all'Impero: questo progetto prese il nome di Protocollo II. Durante la prima fase, quella più delicata e rischiosa, Hitler decise di utilizzare come cavia Heinrich Himmler, ex-ministro del Reich, arrestato per alto tradimento. Himmler, quindi, venne deportato ad Auschwitz per essere sottoposto agli esperimenti di Mengele. Appena due giorni dopo, a causa dell'avanzata sovietica su Berlino, Hitler si suicida facendo credere ai nemici che la guerra sia ormai conclusa. In pochi sanno, però, che tra le sue ultime volontà vi è quella di proseguire con il Protocollo II, con l'ordine di spostare le attrezzature nelle nuovi basi in Antartide, in caso di interferenza del nemico. Il suo obiettivo è quello di essere riportato in vita sotto forma di cyborg, insieme al suo esercito.

LEGENDA: NEMICI · GENETICAMENTE MODIFICATO · COLLABORAZIONE · RELAZIONE

TEAM **REDSTAR**

Grimms in Peace è un videogioco che nasce dalla profonda conoscenza di stili precedenti, usati come fonte d'ispirazione e rielaborati in maniera unica. La sua originalità è quindi da ricercarsi nel modo in cui sono stati collegati linguaggi e tecniche già noti. Il giocatore sarà infatti inizialmente immerso in un mondo familiare, dal quale sarà confortato. Ma, allo stesso tempo, si ritroverà sedotto da elementi imprevedibili diffusi nel gioco. La prima grande fonte d'ispirazione è la storia: "Grimms in Peace" prende vita infatti negli anni successivi alla Seconda Guerra Mondiale e lo scoppio della guerra fredda. Partendo da queste premesse, stravolge poi gli eventi reali, immaginando uno scenario dove la Russia è diventata dominatrice del mondo intero, ormai costellato da stati satelliti socialisti. Il potere in questa distopia è nelle mani di un gruppo di uomini, conosciuti come i "Favolosi Rossi", impegnati nelle più pericolose missioni di spionaggio e guerriglia. Questi uomini altri non sono che i noti personaggi delle fiabe dei fratelli Grimm. Si approda così al secondo e importantissimo elemento d'ispirazione, forse il più caratterizzante del videogioco nel suo complesso, ossia il mondo delle fiabe. Ritroviamo gli stessi fratelli Wilhelm e Jacob Grimm, Cenerentola, il Pifferaio magico, Raperonzolo, Biancaneve, Cappuccetto Rosso, il Gatto con gli stivali e molti altri. Il carattere di questi personaggi rispecchia in linea generale quello delle fiabe da cui provengono, con qualche sfumatura in più. A volte si comporteranno in maniera sadica, altre volte grottesca, mentre in alcuni casi saranno esagerati i tratti principali del personaggio. Se da una parte il giocatore è immerso nel mondo fanciullesco della sua infanzia, allo stesso tempo ne è violentemente straniato da comportamenti e tematiche mature, come sesso o violenza. Il giocatore potrà prendere parte agli avvenimenti successivi alla conquista degli Stati Uniti, impersonando alternativamente due personaggi principali: Hansel e Gretel. Con Hansel, il giocatore vestirà i panni di un grande stratega, un uomo razionale e serio. Al contrario, con Gretel, incarnerà il lato più oscuro e istintivo dell'uomo, lasciandosi spaventare e turbare dalla sua pazzia, dal suo sadismo, orgoglio e aggressività. Altro elemento fondamentale del progetto riguarda la storyline, ispirata nelle dinamiche al videogioco dal taglio narrativo Beyond: Due anime. La storia non procederà verso un'unica direzione, ma piuttosto si diramerà in numerose varianti, tra loro anche opposte, in base alle scelte del giocatore; queste gli permetteranno poi di accedere a finali diversi. L'esperienza non si esaurirà la prima volta che il giocatore accede a uno degli epiloghi. Al contrario, si potrà rivivere l'avventura diverse volte, incontrando situazioni diverse e sperimentando tutti i possibili finali. Grimms in Peace è un gioco di tipo action GDR: l'utente avrà la possibilità di giocare sia in prima persona, sia in terza persona, e le scelte determineranno lo svolgersi della trama stessa. L'epilogo potrà quindi risolversi in un favoloso successo… o in una disastrosa rovina. Dal punto di vista artistico, le ambientazioni e i personaggi sono immersi in un'atmosfera che unisce passato e futuro: elementi steampunk, come ingranaggi e motori a vapore, richiamano la seconda rivoluzione industriale; a fianco, troviamo ambientazioni e caratteristiche relative alla cultura russa. Infine, la colorazione dei personaggi riprende il videogioco giapponese Killer is Dead, mentre a livello iconografico si rifanno ai tratti fumettosi e singolari dello sparatutto Borderlands, dal quale mutuano la tecnica del cel shading. Grimms in Peace è un esperimento assolutamente atipico, a livello stilistico e di meccaniche, un sagace gioco di citazioni che non perde neanche l'occasione di far riflettere sul dramma del totalitarismo.

ILLUSTRAZIONE SARA BOCCARDI

2020
URSS
L'URSS ha conquistato il mondo intero
Per la vittoria finale dell'URSS sugli USA e sull'Europa fu determinante un gruppo segreto conosciuto come
i Favolosi Rossi.
Wilhem
Jacob
I fratelli Grimm
Thomas
Alice
coniugi Wood
Cenerentola
Else
il Pifferaio magico e la moglie
Raperonzolo
Biancaneve
Cappuccetto rosso
i Musicanti di Brema
il Gatto con gli stivali
il Prode Sarto
il Principe ranocchio
Quando morì il governatore dell'URSS, Peroyetsky, il vuoto di potere tolse una forte guida al team d'assalto sovietico. A questo vuoto voleva sopperire Wilhem ma il resto del gruppo, tranne suo fratello ed Else, non fu d'accordo. il Pifferaio si tenne in disparte, taciturno perchè aveva appena scoperto il rapporto segreto tra Wilhem e sua moglie Else. Si vendicò uccidendoli entrambi. Jacob, accecato dalla rabbia e dal dolore, prese i resti del fratello e si rinchiuse nel suo laboratorio: giurò che, una volta uscito da lì, si sarebbe vendicato. Ma in realtà da lì non uscì mai. Il gruppo, al seguito della morte dei due leader, fu sciolto e ognuno si dedicò alle proprie vite.
In quei giorni nacque una società fittizia che si occupava del welfare della popolazione per conto del governo. Era conosciuta come The Good Company. In realtà è un'associazione segreta guidata da una figura misteriosa conosciuta come lo Zar. Quest'ultimo ordinò che tutti i componenti dei Favolosi Rossi dovevano essere catturati o uccisi.
START GAME

“Le idee ispirate dal coraggio sono come le pedine negli scacchi, possono essere mangiate ma anche dare avvio ad un gioco vincente.”

Johann Wolfgang Göethe

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

Cappello

*/ka'p:e l:o/ s. m. [lat. *cappellus, der. di cappa]. - 1. (abbigl.) [indumento utilizzato per proteggere il capo, di vario materiale e varia foggia: c. da donna; c. da prete] ≈ copricapo. > basco, berretto, bombetta, borsalino, cilindro, coppola, cuffia, paglietta, panama, sombrero, tuba.*
Espressioni (con uso fig.): fare tanto di cappello [rendere omaggio] ≈ complimentarsi; levarsi il cappello [fare segno di saluto] ≈ omaggiare, riverire, salutare.

ideazione
progettazione
costruzione
a cura di:
Giuseppe Ciro **de Gregorio**
Valeria **Seduta**

per info
e creazioni:
bauen.creativity@gmail.com

capp hello

scacchi matti

dimmi dove vai e ti dirò che cappello sei!

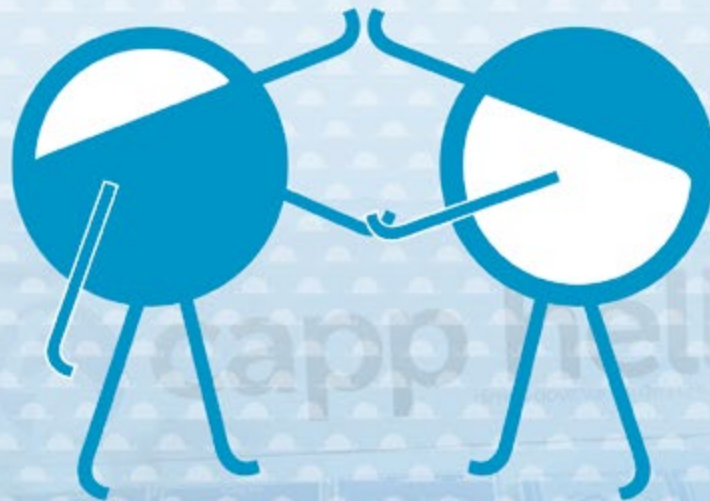
=

ETA'
8+

BAUEN | SOLUZIONI E PRODOTTI CREATIVI
presenta:

CAPP HELLO un gioco che parla del mondo attraverso il cappello, che identifica nelle sue varie configurazioni varie localizzazioni geografiche.
E' un gioco di scacchi, ma anche allo stesso tempo un gioco di strategia e destrezza tra la buona e cattiva sorte.
Le pedine seguono un percorso mentale che disegna la geografia delle idee, ogni casella ha una partenza e un arrivo da cui poter ripartire.
Lo scopo del gioco è seguire la propria missione, portandola a termine prima di aver esaurito i propri pezzi in campo, affidandosi in parte al caso, in parte all'astuzia.
La partita termina quando uno dei due giocatori raggiunge per primo il proprio obiettivo, altrimenti basta uno scacco matto al Re avversario, questo sarà più che sufficiente per vincere l'incontro.
Il gioco non ha limiti di tempo.
Ogni giocatore nel far avanzare la propria pedina, deve aver ben presente il proprio obbiettivo e sarà suo compito non far capire i propri intenti all'avversario.
Chi raggiunge per primo il proprio obbiettivo vince l'incontro, qualora non dovessero prevalere le condizioni per seguire l'istruzione della carte, valgono tutte le regole degli scacchi anche per quanto riguarda mosse e gerarchie.

...agli interessati e ai futuri giocatori non possiamo che dire ...
tanto di **CAPP HELLO!**

BAUEN, vuol dire **COSTRUIRE**

è un gioco di società, sia da tavola che da viaggio.

fonde il gioco degli scacchi ad altre tipologie di gioco, come ad esempio, i giochi di strategia e i giochi di carte

lo scopo del gioco è seguire la propria missione, affidandosi in parte al caso, in parte all'astuzia.

capp hello

CAMPO DI GIOCO

La scacchiera è un quadrato cm. 28 x 28.
Le caselle sono dette case, disposte alternativamente in colore bianco e colore azzurro.
La scacchiera è divisa Immaginariamente in 8 file di case verticali, dette colonne, e 8 file di case orizzontali, dette traverse.
Sulla scacchiera sono presenti anche le diagonali, definite come case consecutive dello stesso colore poste in linea obliqua e con gli angoli in contatto a due a due.
Le singole case sono identificabili tramite due coordinate alfanumeriche.
Le pedine vanno disposte al difuori del quadrato di gioco, su una apposita pedana che riporta il simbolo della pedina di riferimento, la scacchiera libera permette un gioco libero a tutto campo.

ELEMENTI DI GIOCO

Ogni giocatore schiera in campo la sua squadra composta da:

- 1 RE
- 1 REGINA
- 2 ALFIERI
- 2 CAVALLI
- 2 TORRI
- 6 PEDONI

Ogni giocatore ha in dotazione:

- 1 dado a 6 facce numerato
- 1 dado a 6 facce figurato
- 1 dado a 8 facce alfabetico
- 1 dado a 8 facce numerico
- carte obbiettivo
- carte azione

Dadi e carte determinano l'andamento del gioco.

BAUEN
SOLUZIONI
PRODOTTI
CREATIVI

1
2
3

In ogni gioco è importante seguire le regole almeno quanto infrangerle!

Chi raggiunge per primo il proprio obbiettivo, vince l'incontro.

Le regole si assimilano e si imprimono nella mente solamente giocando e provando le diverse strategie.

Il gioco 'capp hello' è appena nato, ed è opensource, pertanto a chiunque abbia voglia di dedicarsi a contribuire e ad aumentare il potenziale del gioco, non possiamo che dire fatti avanti e ... **tanto di cappello**.

BUON DIVERTIMENTO!

METAPHORAM

Metaphoram è un gioco di società che propone come tematica principale il problema sociale del consumo delle droghe ed i relativi effetti che si riscontrano nel corso della vita. Il gioco, come lo definisce il titolo, presenta la metafora dalla vita vista come un percorso di gioco. Metaphoram propone ai giocatori un'esperienza reale, formativa, senza retorica e con un tono ironico.
L'idea di realizzare questo gioco nasce dalla collaborazione di tre studenti dell'Accademia di Belle Arti di Roma: Pierluigi De Furia, Gian Marco D'Eusebi e Denny Di Pasquantonio. La loro volontà di compartecipare alla progettazione e realizzazione di un prodotto di ampio target, li ha portati ad affrontare un argomento quotidiano e delicato come quello delle droghe, in maniera ludica, educativa e riflessiva.

L'impatto emotivo trascina il giocatore nella riflessione, il traguardo da raggiungere ha un cammino arduo ed impegnativo. L'importante è uscirne.

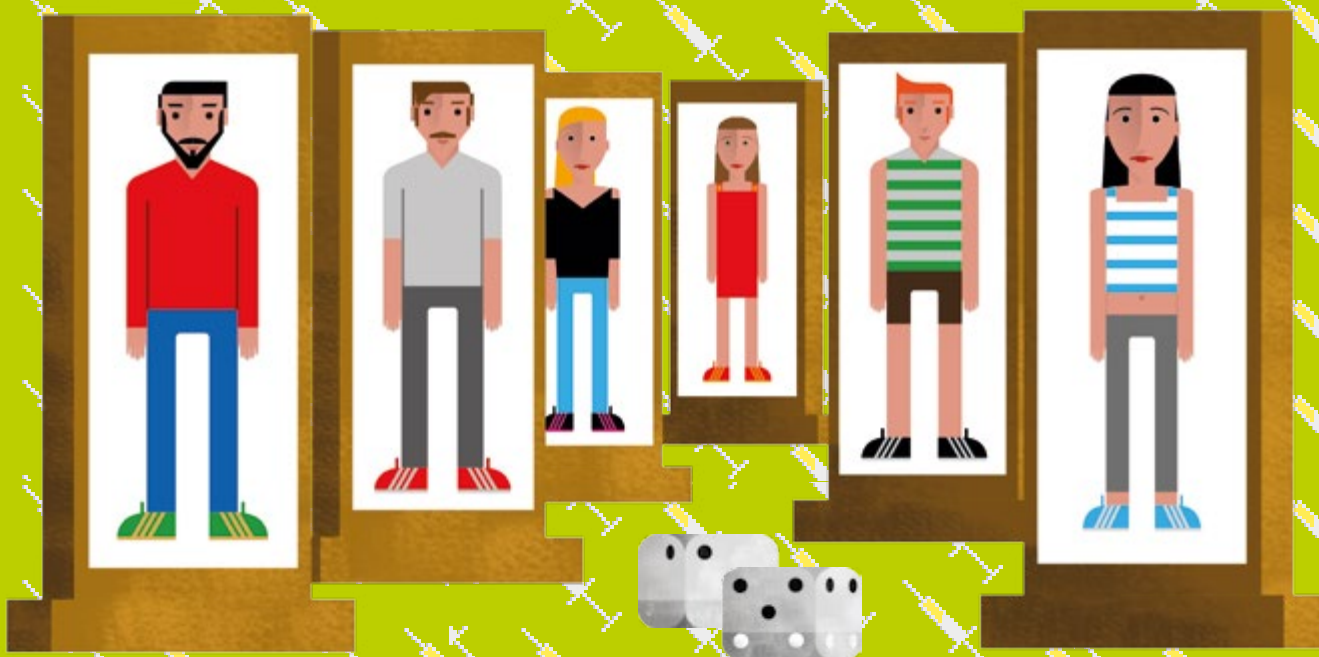
COS'È METAPHORAM?

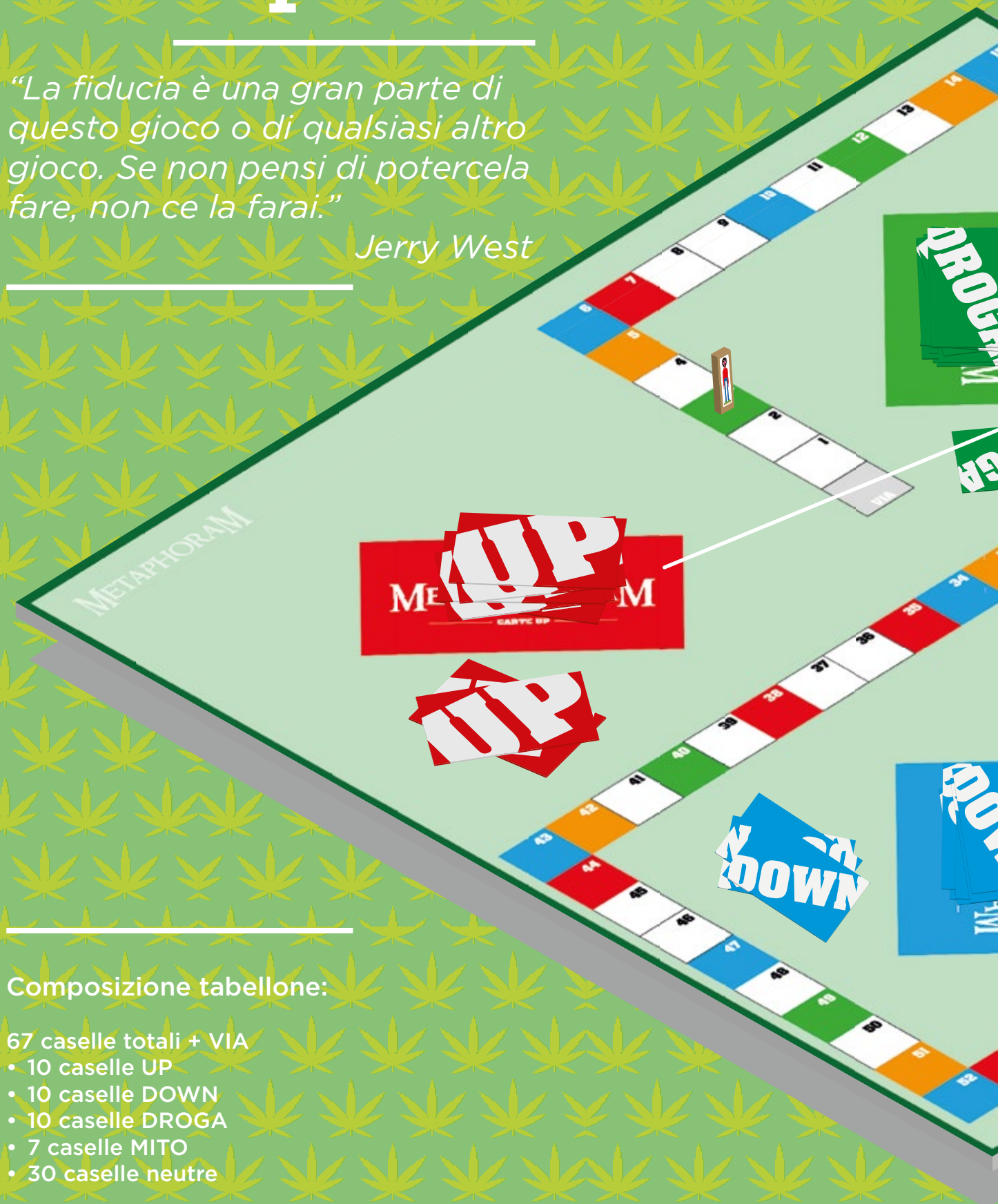
Metaphoram è un gioco da tavolo giocabile su un tabellone composto da 68 caselle totali che disegnano un percorso, contrassegnato da numeri e colori.
I giocatori (da 2 a 6) iniziano con una pedina nella casella di partenza e, a turno, attraverso il lancio di una coppia di dadi, procedono in senso orario di un numero di caselle pari alla somma del lancio.
Alcune caselle di arrivo hanno un effetto speciale, identificato ognuno da un colore differente.
Le caselle di colore Rosso sono chiamate caselle UP, dove il giocatore è chiamato a pescare una carta dal relativo mazzo di carte ed a subirne l'effetto. Le caselle di colore BLU sono chiamate caselle DOWN, il giocatore che termina su questa casella pesca una carta dal relativo mazzo di carte. Quelle di colore VERDE sono chiamate caselle DROGA, il giocatore capitato su queste caselle pesca e tiene con sé la carta appena pescata dal corrispondente mazzo.
Infine, le caselle di colore ARANCIO sono chiamate caselle MITO, il giocatore che termina su di esse è tenuto a pescare una carta dal relativo mazzo e ad applicarne l'effetto.

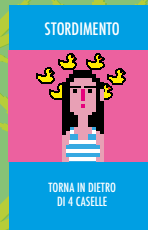
METAFORE NEL GIOCO

I giocatori intraprendono durante l'esperienza di gioco, così come in analogia con la vita, un percorso lastricato di insidie e prove da superare.
Uno degli ostacoli, nonché il tema principale, è la droga. Il giocatore durante il suo percorso dovrà pescare varie volte carte droga cercando di non accumularne quattro uguali, altrimenti si andrà incontro all'overdose ed automaticamente uscirà dal gioco. Le suddette droghe hanno degli effetti rappresentati nel gioco da due mazzi distinti di carte (carte UP e carte DOWN). Le carte UP rappresentano sfaccettature "positive" legate all'alterazione del proprio stato psicofisico (come l'adrenalina, l'euforia o un'esperienza mistica, ecc...); viceversa le carte DOWN si riferiscono alle conseguenze negative date dall'assunzione di droghe, (depressione, stordimento, riabilitazione, ecc...).
Quasi sempre tutti gli effetti hanno ripercussioni negative su gli altri giocatori o su noi stessi, come del resto, nella vita reale.
Le carte MITO invece, rappresentano l'aspetto visionario, quasi fantastico, legato all'effetto delle varie droghe. Abbiamo deciso di rappresentare questi effetti utilizzando alcuni miti della classicità (Antica Grecia). Infine, la scelta di questi personaggi mitologici e lo stile 8 bit sono un omaggio ai tipici giochi da tavolo ed ai primi videogames. Il gioco si presenta semplice e scorrevole, con una grafica intuitiva e divertente. L'impatto emotivo trascina il giocatore nella riflessione, il traguardo da raggiungere ha un cammino arduo ed impegnativo. L'importante è uscirne.

VIA D'USCITA

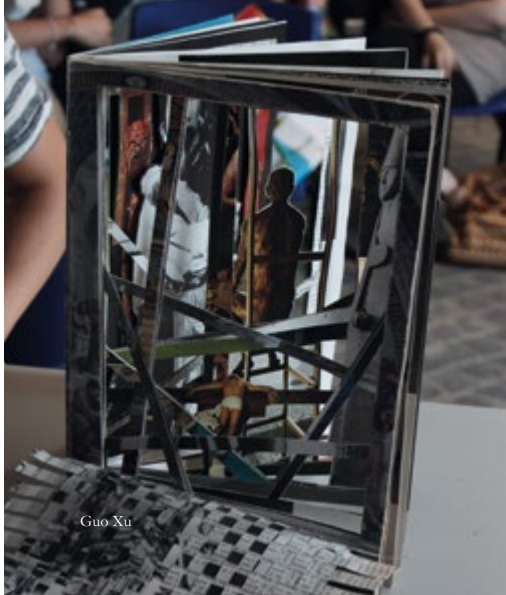
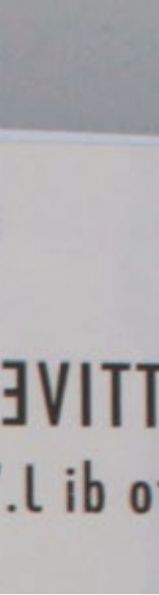
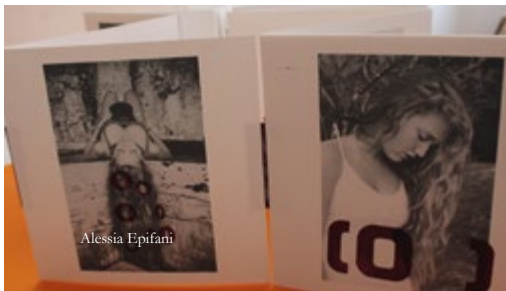
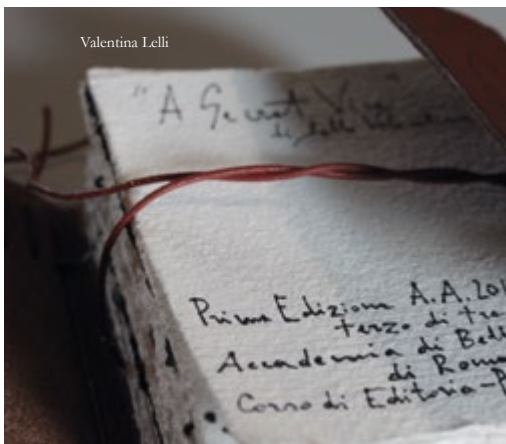
Lo scopo di questo gioco è di giungere alla casella "EXIT" prima degli altri giocatori, che metaforicamente riprende il concetto di "USCITA", come uscita dalla droga.
La casella finale (67) va raggiunta con un lancio esatto di dadi altrimenti si deve retrocedere dei punti in eccedenza, creando metaforicamente un effetto ricaduta.

"La fiducia è una gran parte di questo gioco o di qualsiasi altro gioco. Se non pensi di potercela fare, non ce la farai."

Jerry West

Composizione tabellone:

67 caselle totali + VIA
- 10 caselle UP
- 10 caselle DOWN
- 10 caselle DROGA
- 7 caselle MITO
- 30 caselle neutre

a cura di Massimo Arduini

LIBRO LUDENS

IL GIOCO SERIO DEI LIBRI

Parafrasando uno dei maggiori designer del secolo scorso, Bruno Munari, maestro di creatività ludica, si potrebbe dire che: “da Libro nasce Libro”. Il contagio infatti è stato inevitabile. Queste 30 edizioni selezionate sono il frutto di una ricerca quasi spasmodica del senso che può avere oggi il Libro cartaceo (ma come si potrà vedere i confini del cartaceo sono stati ampiamente superati) e vanno nella direzione di riappropriarsi di contenuti, storie, materiali e passioni. Un solco tracciato negli ultimi quattro anni alla ricerca del Libro perduto. Un input che ho voluto reiterare, nello specifico, partendo da due linee tematiche principali affrontate, vale a dire dalle idee di Riciclo/Fuori-uso e dell’edizione d’arte Tascabile, il pocket o il “prèt-à-porter”, proprio perché volevo interessare gli studenti verso una forma *leggera* di oggetto libro, magari che avesse anche a che fare con libri-gioco o per bambini o ancora d’informazioni particolari: guide, portfolio, ritratti, campionari di forme e colori, etc.. E poi anche in riferimento alla prima scrittura per la stampa a caratteri mobili moderna, ch’era nata per le edizioni aldine di Manunzio e che utilizzava una “lettera-carattere” nuova ideata appositamente, che faceva risparmiare spazio e dunque si potevano stampare i libri di formati più piccoli rispetto ai volumoni degli amanuensi. Per arrivare in seguito alla collaborazione con altre Istituzioni nel grande contenitore del Progetto Libero Libro Essegi (ideato da Patrizia Del re della Essegi di Ravenna), dove mostrammo nell’allestimento romano di Campo Boario le meraviglie dell’interazione fra *vecchio e nuovo*, fra processi prettamente manuali e nuove tecnologie.
La cultura e l’interesse per il Libro d’Arte o il Libro d’Artista e le Edizioni d’Arte sta avendo un nuovo revival nell’ultimo decennio grazie ad iniziative di case editrici (quella che si citava sopra ad esempio), gallerie ed associazioni culturali. Basta andare i rete ed il proliferare di aziende, Gruppi, Edizioni è lampante: RockDesign, Jack Sinclair, Vista Cabaillo, etc. A Roma posso fare il nome della Else Edizioni e della Betterpress Lab con i quali alcuni nostri studenti hanno intrapreso progetti di tirocinio. E dunque anche e soprattutto grazie alla riscoperta da parte delle ultime generazioni dei procedimenti di stampa manuale a tiratura limitata, per così dire. Contemporaneamente al loro interesse per il recupero non solo del testo ma proprio delle macchine e dei sistemi per riprodurre l’immagine e la stampa tipografica. Ma poiché di generazioni ultime si tratta il tutto è spesso supportato da una forma mentis che si muove a suo agio nel digitale, con i software, i programmi di publishing, di manipolazione fotografica e di disegno vettoriale. Ne è scaturita una contaminazione nuova e sorprendente. In alcuni casi sono nate delle vere e proprie start-up. Questa mentalità di riscoprire il nuova attraverso il vecchio è alla base del processo ideativo e creativo.
In realtà nulla di nuovo se pensiamo al famoso motto di Moholy Nagy: “Bisogna rendere produttivi i mezzi riproduttivi”. Non solo, quindi aggiungerei, ma anche rendere produttivi i mezzi Improduttivi. Dare nuova vita alla tecnologia-tecnica consapevoli di conoscere i mezzi e saperli riutilizzare. Anche e specialmente nel campo grafico. Questi lavori che abbiamo sotto i nostri occhi si avvalgono di conoscenze e di pratiche ad ampio raggio: di tecniche di stampa, di legatoria, di scelta dei supporti cartacei e riproduzione dei supporti stessi. Applicazioni della fotografia e delle sue forme di trasferimento. Dell’adattamento dei contenuti ai materiali e viceversa. Dei colori, della lingua, delle font, delle regole editoriali e comunicative. Così ci troviamo di fronte ad un box-armadietto consacrato all’Helvetica con abiti che vestono volumetti di font o una paratia in plexiglass strutturata con fascicoli fustellati come un Totem Emozionale, o ancora a Libri di cioccolata, ricamati, scritti in runico, stampati a caratteri mobili, con stencil ritagliati a mano. E poi fiabe: rimodellate con codici ed immagini di comunicazione “pcs” oppure in pop-up con la storia delle emozioni (ritornano). Racconti cinesi, di architetture fantastiche o di fantasmi. Storie di animali in gabbia che cantano o album di ricordi, di smorfie, di sogni, di cover discografiche, di raccolte maniacali e feticistiche, di luoghi pasoliniani scattati in bianco e nero. Libri come Matrioska o come Mulini al vento. Altri ancora romanzi riciclati e trasformati in storie come quella di Gulliver, di Madame Bovary, Don Chiquotte, delle Affinità Elettive. Libri animati, che diventano plastici in 3D o come box-light. Libri medievali intarsiati in cuoio e Libri xilografici che parlano di Libri come quelli di Subiaco, culla del Libro stampato in Italia. Storie di libri come favole moderne.
Di mise-en-abyme non più o non solo narrative ma anche di procedimenti tecnici, di rimandi operativi. Ci accorgiamo che questo mondo visivo ha una vocazione fortemente ludica. Crea un nuovo mondo ludico e articolato. Di Libri-giocattolo, se vogliamo, o di libri giocati sull’ibrido linguistico e tecnico. Sul riappropriamento di cui sopra.
E tutto questo ci restituisce un prodotto la cui toccabilità e leggibilità visiva è la prova dell’autenticità irripetibile, del gioco serio dei Libri.

7 - Valentina Marchiò

8 - Zhang Xue

9 - Victor Giuliani

Barbara Limongi

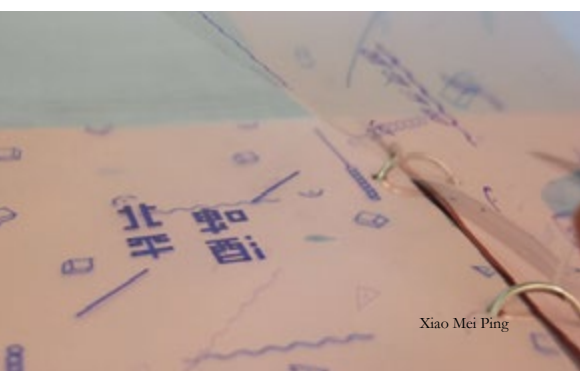
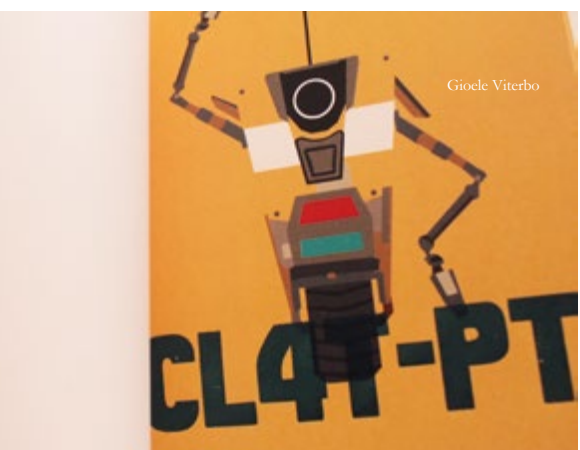
10 - Maria Furio

Luisa Muccilli

11 - Tanja Zangrillo

12 - Alessandra M. Maurilli

Shidrokh Neshrullah

Michela Monti

Xiao Mei Ping

Gioele Viterbo

13 - Roberta D'Aprile

Marta Pantaleo

14 - Livio Cacchione

15 - Paolo Putorti

16 - Aleksandra Belova

17 Giulia Guglielminotti

[1] Tra i testi a scelta, ho deciso di utilizzare per il mio lavoro Madame Bovary di Flaubert, di cui sono riuscita a reperire una copia del 1946. L'idea di base era quella di creare dei mini-libri indipendenti, ognuno rappresentate uno dei tre personaggi più importanti della storia: Emma Bovary, Charles Bovary (il marito) e Rodolphe Boulanger (l'amante più importante di Emma Bovary); che poi insieme avrebbero composto un unica raccolta. Per realizzare il prodotto finale, ho dovuto dapprima scomporre il libro, per creare i fascicoli che hanno poi composto i singoli volumi di ognuna delle due copie del prodotto finale.
Per la copertina (priva di titolo) ho realizzato un vettoriale di "L'uomo con la bombetta" di Magritte, intagliando al posto della mela un oggetto che rappresentasse nello specifico ognuno dei tre personaggi. Il retro invece, è composto dal negativo della silhouette, andando a ricreare la visione di spalle, del personaggio rappresentato in copertina.
Il lavoro all'interno gira intorno al ritaglio dell'oggetto, che si protrae dalla copertina, fino all'ultima pagina. In ogni foglio ho esteso una mano di colore in acquarello (sempre differenziata per ognuno dei personaggi) che mette in evidenza il bordo del disegno intagliato. Inoltre, sulla prima pagina, troviamo una celebre frase da loro pronunciata, mentre sull'ultima vi è il nome del personaggio che si voleva rappresentare, e con tre tipi di font diversi: corsivo, bastoni e con grazie. Le due copie si differenziano per il metodo di lavoro utilizzato per le frasi stampate all'interno, per una vi è la realizzazione di uno stencil utilizzato con pennello e china per dare l'effetto "scritto a mano"; per l'altra invece, sono stati utilizzati gli stessi stencil colorati di nero, al negativo.
Ho rilegato ognuno dei fascicoli con la tecnica copta, e per la presentazione finale ho deciso di unire i 3 volumetti con uno spago, volendo riproporre i giornali in consegna.

[2] L'idea di questo progetto nasce dalla volontà di rendere sempre più nota la "Comunicazione Aumentativa e Alternativa" che è costituita da tutte le strategie, le tecniche e gli ausili messi in opera per sostenere, agevolare o sostituire la comunicazione verbale, in caso di assenza e difficoltà funzionale. Viene definita "aumentativa" perché non si limita a sostituire o a proporre nuove modalità comunicative ma, analizzando le competenze del soggetto, indica strategie per incrementare le stesse (ad esempio le vocalizzazioni o il linguaggio verbale esistente, i gesti, i segni). Alternativa perché si avvale di ausili e della tecnologia avanzata. I simboli PCS sono costituiti da disegni chiari e semplici (pittogrammi): sono appropriati per persone che utilizzano un livello semplice di comunicazione. Ciò comporta un vocabolario limitato e una struttura morfosintattica non elaborata. L'età mentale dell'utente deve permettere il riconoscimento di oggetti disegnati. Nello specifico, ho riutilizzato e dunque riciclato due libri già esistenti adattandoli alla tipologia di progetto che avevo in mente. Ho scelto la storia di Cappuccetto Rosso perchè è una tra le favole più famose e conosciute dai bambini e poteva essere divertente creare una nuova edizione che utilizzava, appunto, i simboli PCS. Nel secondo caso invece, ho preferito creare un libro/gioco che stimolasse il bambino a livello "tattile".

[3] Eleganza, essenzialità e alta leggibilità, sono queste le caratteristiche della font Helvetica che ho voluto riportare nel mio progetto d'esame in Editoria d'Arte. L'idea è stata quella di realizzare tre libri pop-up: il primo libro realizzato su carta da 250gr liscia e rilegato con la legatura cartonata, presenta delle illustrazioni che raccontano la storia di Helvetica da quando è nato ai giorni nostri. Il secondo libro è un libro a soffietto stampato su carta da 160gr e rilegato con la legatura cartonata; mostra le lettere della font componendo proprio il nome "Helvetica". Il terzo libro stampato su carta pergamena da 160gr, rilegato con la legatura cartonata, dà vita alla frase "I BET YOU USE HELVETICA", proprio perché Helvetica è una delle font che viene usata maggiormente dai più grandi marchi. Le copertine dei tre libri sono molto semplici, la bandiera Svizzera ne è protagonista, perché l'idea è quella di richiamare non solo il luogo d'origine della font, ma anche la scuola Svizzera che è stata d'ispirazione a molti grafici di successo. Proprio per questa ragione i libri si vestono, indossando maglioncini e gonnelline che richiamano l'uniforme scolastica; inoltre una volta vestiti i libri vengono riposti in un armadietto in legno che funge da packaging con su scritto Helvetica.
Helvetica non è solo una font ma rappresenta un'icona di stile per tutti i marchi che lo utilizzano.

[4] Il libro "a fisarmonica" ha su ogni pagina una finestra intagliata nella carta e sullo sfondo di essa vi è una fotografia del cielo. Il secondo libro invece presenta come particolarità nella copertina un cartoncino a rilievo con scritto il titolo e l'anno dell'opera, che richiama la targa del civico che si trova sui palazzi e una scala di colori che va dal nero/blu scuro al celeste chiaro dipinta ad acquerello che rappresenta la qualità dell'aria.
L'intento di questo lavoro è di attirare l'attenzione delle persone sulla necessità di ridurre l'inquinamento atmosferico, di desiderare un'aria più pulita e sana da respirare per vivere tutti meglio in questa grande casa che noi chiamiamo: 'mondo'.
Io spero e mi auguro che lo smog e l'inquinamento si riducano fino a sparire, così che in futuro quando tutti apriranno le finestre guarderanno il cielo azzurro e limpido e potranno respirare dell'aria pura e fresca.

[5] Il tema di Alice nel paese delle Meraviglie è stato da tempo utilizzato in svariate forme sia letterarie che cinematografiche. Specialmente nella letteratura, e benché sia un libro per bambini, i temi narrativi hanno una loro logica interna non facilmente comprensibile, che si articola in special modo nell'evasione dell'immaginario, della conoscenza e della consapevolezza di se stessi. Il linguaggio, invece, riguarda la mutevolezza, l'instabilità, la curiosità e il desiderio di evasione verso un mondo incantato, meraviglioso e folle. Ogni capitolo della storia viene riassunto e racchiuso al massimo in una o due pagine del libro e le pagine, a loro volta, hanno preso la forma di carte da gioco francesi. I tre libri sebbene siano delle copie, differisco tra di loro per colore della copertina e rappresentazione delle illustrazioni interne.
Il libro dalla copertina rossa ha le illustrazioni disegnate a mano e colorate con il software Flash e Illustrator, il libro blu è stato pensato invece per far interagire i bambini con i disegni e la storia, lasciando le illustrazioni bianche e contornate di nero, in modo che siano loro a colorarle. Il libro verde, ha al suo interno disegni realizzati e colorati a mano, con la tecnica a pastelli. Siccome nel libro non si ha la storia completa di Alice nel paese delle Meraviglie, ho pensato di inserire ogni volta, alla fine di un capitolo, il codice QR Code che rimanda alla pagina web dove è possibile leggere i capitoli completi. I tre libri sono inseriti all'interno di un cofanetto.

[6] L'idea di questo progetto nasce dopo la lettura del libro il "Don Chisciotte" con l'intento di effettuare un libro riedito del su indicato testo. Il riciclo prende in considerazione uno degli oggetti che rapprenda la centralità del testo, ovvero l'incontro del protagonista con i mulini a vento. Il lavoro in esame è composto da un libro sagomato appunto a forma di mulino a vento il quale all'interno contiene un'estrapolazione di pezzi e frasi salienti del testo ristampati nel libro stesso. Tecnica di rieditazione: eliminazione del dorso di un vecchio testo del Don Chisciotte con successivo recupero delle pagine del libro; analisi del testo e scelta delle parti per la stampa;
Utilizzo di due tipi di stampa, digitale e stencil, in particolare lo stencil è stato realizzato su una carta plastificata per agevolare il riutilizzo della carta stessa, per il colore sono state utilizzate delle tempere colorate. Utilizzo della rilegatura copta (particolare processo di rilegatura artigianale fatta a mano che ha origini antichissime: ad utilizzarla per primi furono appunto i cristiani copti d'Egitto). Si esegue piegando i fogli a metà, raccogliendoli in fascicoli e cucendoli attraverso la piega. Si ottiene così una rilegatura "a vista", grezza, senza ausilio di colle dove le pagine possono aprirsi completamente con molta facilità. La scelta è stata dettata dalla particolare forma esteriore in cui il libro si presenta e soprattutto per agevolare la fase di lettura e di sfogliatura delle pagine.
Incollatura delle pagine del libro precedentemente stampate su supporto di cartoncino ripiegato per metà, utilizzando lo stesso colore delle pagine del libro originale. Realizzazione copertina con l'utilizzo di una sagoma (quella delle pale del mulino) ricoperta con le pagine del libro originale e fissata con un perno centrale per permettere il movimento. Per la scrittura del titolo "Don Chisciotte", è stato utilizzato uno stencil anch'esso ricoperto con le pagine del libro originale. L'intera copertina è ricoperta con un particolare carta detta similpelle per ricordare la copertina del libro originale.

[7] La serie di tascabili "Smorfie", elaborata nel maggio del 2014, è incentrata su due temi fondamentali: il gioco e il riciclo, rispettivamente espressi dal "contenuto" e dal "contenitore" del libro. Il contenuto (identico per ogni esemplare) è rappresentato da 8 disegni, che esprimono il tema ludico, attraverso buffe espressioni facciali. Il contenitore (differente per ogni esemplare) sviluppa il tema del riciclo, in quanto, in ogni versione della serie, è stato assemblato con materiali di uso comune, divenuti poi scarti. I 3 tascabili mancano di scritte ed immagini di copertina per dare maggior risalto al calore del materiale usato. Per l'inserimento di informazioni quali colophon e logo, si è scelto l'utilizzo di un timbro a tampone. Le 3 varianti mantengono lo stesso formato (17x15), layout, e struttura interna. I 3 esemplari sono presentati e racchiusi un sacco di juta, chiuso con cordoncino.

[8] Il titolo del mio progetto è Cento Fantasmi di Notte. In questo libro, ci sono cento fantasmi di antichi miti e leggende cinesi. L'obiettivo è quello di perpetuare un aspetto particolare della storia e della cultura cinese. Per il libro originale, ho realizzato dei tessuti a mano con canapa per la copertina, e ho scritto il titolo Cento Fantasmi di Notte in Small Seal Script (un antico metodo di scrivere i caratteri cinesi) e ho disegnato i cento fantasmi manualmente su carta di riso. Anche il tipo di legatura è antica, ovvero una sorta di fisarmonica, ma molto particolare. Infine ho unito i vari fogli con del filo e della tela di lino per unirli alla copertina. Sull'angolo di ogni copertina c'è una piccola campana, che serve a spaventare i fantasmi.
Il libro è interamente realizzato a mano, con uno stile tradizionale e semplice. Per quanto riguarda le altre due copie, una copertina è stata realizzata in bambù e l'altra in lino. Per gli interni, i fogli utilizzati sono diversi. Nel libro con la copertina in bambù, i fogli sono delle carte kraft colorate. In quello con la copertina di lino, i fogli sono di carta paglia e rilegati a fisarmonica. Tutte le carte e le copertine sono accessorie. Questo progetto è molto tradizionale e mistico, sono molto appassionato alla mitologia cinese, ma preferisco combinarla con la modernità, in modo da poter estendere la cultura tradizionale cinese, attraverso una contaminazione del patrimonio culturale tradizionale con l'innovazione.

[9] La ricerca di avventure e storie sempre nuove mi hanno permesso di avere una rilettura del racconto di Gulliver, partendo da un'unica visione prospettica: la storia nella storia. La tecnica di stampa utilizzata è quella digitale direttamente sulle pagine del racconto con il testo rivolto al contrario, volu¬tamente pensato in quanto il racconto rappresenta una critica satirica dei tempi contemporanei allo scrittore per descrivere in modo ironico l'inutile guerra tra Francia e Inghilterra. Divisa in 2 mappe per 2 racconti illustrati. Un' illustrazione divisa in sezione per le pagine (8x8) rilegate tra loro con un filo che fa da cornice oltre che da sostegno, racchiuso una volta ripiegato dentro una scatola nera... custode di due mappe di un viaggio fantastico.

[10] Il progetto disegnato in primo luogo a matita ed in seguito realizzato in digitale, nasce con l'intento di correlare attraverso le emozioni bambini di diversa etnia. Le emozioni possiedono una natura universale, le più recenti teorie della mente ne sottolineano ben otto diverse: la rabbia, la paura, la gioia, la tristezza, l'attesa, la sorpresa, il disgusto e l'accettazione. Vorrei sottolineare che l'universalità dei sentimenti non si limita soltanto ad accomunare diverse etnie, distanti tra loro, ma diversi tipi di etnie, distanti nel tempo, infatti le stesse espressioni e le stesse reazioni facciali di fronte a specifici stimoli emotigeni (stimoli che causano una risposta emotiva), sono il sintomo generale di una continuità che attraversa tanto lo spazio come il tempo.
I tre libri da me realizzati e cuciti interamente a mano per mezzo del filo di refe rappresentano una doppia chiave di lettura: una esplicitata dal filo di refe che è un elemento fondamentale nella rilegatoria in quanto consente di collegare tutti i fascicoli, l'altra invece che permette ad ogni singolo bambino di diversa collocazione geografica di giocare e di conseguenza gioire. All'interno dei libri infatti il filo di refe potrà esaudire i sogni di ogni bambino in base alle loro preferenze ludiche, e quindi mettere in evidenza le loro emozioni, in quanto quest'ultime accomunano ogni essere umano. Il libro rosso con la tecnica taglio e rilievo è una stampa monocromatica di scala di grigi, con effetto grafite contrastata dalla tinteggiatura rossa del filo di refe. Rosso è il colore del sangue, della passione, dell'amore, della rabbia e di altre emozioni. Il libro verde è disegnato e dipinto a mano con gli acrilici, richiamando i classici metodi di illustrazione che si rifanno alla sintesi sottrattiva attraverso l'uso dei colori pigmento.
Il libro blu invece, è una stampa a colori realizzata con tecnica pop-up in cui il taglio della carta dà una sensazione di dimensione spaziale e di dinamismo.

[11] Ho progettato due volumi, sottolineando in modo grafico, (grazie all'uso dei colori, la scelta della font e l'inserimento di immagini a colori) la differenza tra le ricette più "moderne" e quelle legate alla tradizione; inserendo immagini fotografiche rielaborate in modo diverso, per alcune ricette. Un ulteriore intervento è legato al gioco del packaging, trasformando i due libri in due barrette di cioccolato. Per la progettazione del packaging; i due volumi sono stati prima avvolti con carta stagnola, usata anche nel confezionamento della barrette di cioccolato, e successivamente è stata applicata un'etichetta.
L'etichetta riguardante le ricette antiche è stata progettata in orizzontale e sono stati usati colori pastello e font più decorativi. Per dare l'idea di un taccuino è stata utilizzata una rilegatura a spirale. L'etichetta riguardante le ricette "moderne" è stata progettata in verticale, i colori utilizzati sono meno legati alla tradizione del cioccolato ma che in egual modo attirano l'occhio dell'osservatore; anche la font utilizzata è meno decorativa della proposta più tradizionale. In questo caso, si è preferito utilizzare una rilegatura a mezza tela.

[12] Il celeberrimo verso "Fatti non foste a viver come bruti, ma per seguir virtute e conoscenza" che Dante fa pronunciare ad Ulisse nel XXVI canto dell'Inferno diventa l'unico scarno, ma potentissimo testo di questo "Totem Motivazionale", concepito come una scultura snodabile in plexiglass, che ospita nove libri fatti e cuciti a mano con legatura giapponese. Nell'opera organizzata in tre serie individuali "Advance", "Grow", "Evolve" all'essenzialità minimal del testo, fa da contraltare la forza narrativa delle immagini, montate come sequenze di un cartone animato. In ciascuno dei 9 libri accade qualcosa, si parte da un punto e si arriva – trasformati – ad una destinazione più alta. Il carattere trasformativo dell'esperienza narrata è evocato anche dal contenitore concepito come una piccola scultura snodabile in plexiglass, versione moderna e laica del trittico medievale capace di incoraggiare, ricordare e motivare.

[13] Il presente elaborato è una interpretazione personale di ciò che per me è il riciclo. Dare una nuova funzione e senso ad un oggetto e/o materiale.
Per il mio progetto mi sono servita di stecche di legno, (banalmente ciò che resta di un gelato), come le ossa sono ciò che resta di un corpo, a loro modo fossili: hanno compiuto la loro funzione primaria, ma ne possono acquisire di altre, in quanto di raccontano, per esempio una storia. I legnetti sono stati poi incisi su delle lastre di zinco, per illustrare una poesia di Thomas Stearns Eliot dal titolo "East Coker".
La scelta del testo è emblematica perché racconta della natura ciclica della vita, non è qualcosa di statico, bensì in continua evoluzione. Nulla muore. Un oggetto continua a vivere e ad esercitare una influenza se cambiamo la sua funzione. Come i megaliti di Stonehenge, sono state le fondamenta sulle quali si è basata e si basa tutt'ora l'architettura.

[14] Il tema alla base di tutto il progetto è il riciclo, o riutilizzo, dei materiali. Il tema personale portato avanti è invece quello musicale. Il gruppo musicale sul quale si è deciso di sviluppare il lavoro è un gruppo garage rock auto prodotto di Aprilia, i MENDOZA. Punti di riferimento del gruppo sono le atmosfere Underground americane in cui tutto è semplice ed, in apparenza, ingenuamente spontaneo. Il progetto realizzato è un volume/scatola, contenente al suo interno le illustrazioni dei manifesti degli eventi del gruppo, e un altro piccolo volume contente a sua volta uno dei cd con le illustrazioni ed i testi delle canzoni. Quindi un volume nel volume. Il primo è stato realizzato riciclando una scatola della pizza, le cui misure rispecchiano perfettamente quelle di un vecchio vinile 45 giri. Rivestita in esterno con il feltro e all'interno con la carta da pacchi. Le illustrazioni dei manifesti sono state stampate e sagomate anch'esse a misura del 45 giri e successivamente agganciate al volume tramite l'innesto sul lato di una fascia di anelli metallici, riciclati da un vecchio raccoglitore. Sopra alle illustrazioni è stato agganciato a sua volta un piatto in cartone, rivestito con la carta da pacchi, al cui interno è stato tolto lo spazio per posizionare il volume del cd. Lo spessore del cartone impedisce al cd di muoversi all'interno della scatola e lo posiziona perfettamente al centro. Il Volume del cd, di dimensioni equivalenti a quelle di un vinile a 33 giri, è stato ottenuto a sua volta piegando la carta da pacchi tramite una tecnica di rilegatura particolare quale la crown building, tecnica che permette di piegare la carta di modo da ottenere alla fine un piccolo volume raccoglitore nel quale agganciare i fogli. Per rinforzare la struttura della carta da pacchi, materiale povero e alquanto fragile, prima della piegatura è stata applicata una carta adesiva decorata, usata solitamente per le carte da parati. Il risultato finale è un volume elegante, di facile riproduzione e a basso costo di produzione.

[15] "Non bisogna mai trascurare il vecchio" con questa intenzione ho voluto proporre una versione rivisitata di uno dei capolavori della letteratura spagnola che seppur datato riesce a contestualizzarsi a pieno nell'ambito moderno, il capolavoro di Miguel de Cervantes, il "Don Chisciotte della Mancia".
Nella mia opera dunque ho cercato di riproporre tramite le tecniche dell'incisione e della xilografia quello che già in passato grandi artisti del calibro di Durer, Doré e Dalì hanno voluto presentare, ossia illustrazioni atte a elevare il celeberrimo libro di Cervantes. Per il copertinato del libro, ho voluto utilizzare uno dei materiali che reputo più pertinenti riguardo al contesto in cui venne elaborata la storia: la pelle.
Sul piatto anteriore del libro vi è raffigurato il volto del protagonista del romanzo, il Don Chisciotte appunto, realizzato tramite la tecnica del collage con ritagli di pelle colorati per rappresentare al meglio le sfumature del volto. Infine il piatto posteriore è costituito da un collage rappresentante quello che è il mio logo personale.
Per quanto riguarda l'interno del volume, ho voluto inserire cinque stampe, quattro realizzate con la tecnica dell'incisione in acquatinta ed una realizzata in xilografia.

[16] L'edizione viene realizzata con stampe calcografiche e xilografie dedicate a Subiaco e alle sue storiche tipografie, con l'aggiunta dei testi in versi di Alessio Checci e alcuni inserimenti riciclati dal fascicolo di cui sotto. Rilegato con filo in seta rosso e con copertine realizzate in ecopelle riciclata (proveniente dai vecchi mobili in disuso).
Ogni libro contiene 4 xilografie stampate a torchio, 4 xilografie realizzate a mano, 5 stampe calcografiche con i testi realizzati con metodo di fotoincisione e fondini colorati, 6 pagine di fogli riciclati dal fascicolo illustrato e diverse ricamature e inserimenti illustrati. Come testo riciclato è stato utilizzato un fascicolo illustrato, prodotto dalle Edizioni Edison di Bologna, intitolato "Le cento città d'Italia" che riporta perfettamente una rivista italiana di fine ottocento, la quale ci presenta le diverse città del Lazio e dintorni. Con illustrazioni pregiate realizzate in xilografia e bulino e con testi di grandi autori coevi, il fascicolo riprende in tutto e per tutto l'edizione originale de "Le cento città d'Italia", tra quali, ovviamente, Subiaco.

[17] Per il mio libro d'artista mi sono ispirata a Madame Bovary di Gustave Flaubert e più precisamente ad una sua edizione del 1937, caratterizzata da una font Garamond e da pagine leggere e sottili. Ho realizzato una raccolta di aforismi le cui tematiche sono principalmente tre: amore, morte e dolore. Tematiche care a Flaubert. Aforismi che ho stampato digitalmente su carta, per un totale di 15 pagine, ciascuna scritta con un diverso carattere, serif o sans serif. Ogni pagina poi è stata ricollegata formalmente al resto del libro attraverso una cornice ricavata dalle pagine dell'edizione del '37. I titoli delle diverse sezioni sono stati ricavati mediante stencil e tempera su cartoncino e al testo sono state aggiunte tre immagini a colori di tre edizioni del romanzo, anch'esse stampate digitalmente sulla carta ricavata dal libro smembrato.
I due volumi si differenziano per la copertina, mentre l'interno è uguale. La prima copertina è stata ottenuta mediante cuciture a macchina e parti di pagine smembrate; la seconda invece, attraverso l'uso dello stencil con cuciture e schizzi d'inchiostro blu, come a dripping.

ILLUSTRAZIONE GIOVANNI MEI

GIOVANNI RE si racconta...

> “Gli oggetti devono raccontare storie, storie che siano belle e che ti prendano nel cuore, e fortunatamente i nostri prodotti nascono per fare quello, per raccontare storie.”

Nel proseguire il nostro viaggio alla scoperta di aziende e professionisti del settore in questo numero di Insight incontriamo Giovanni Re, esperto di stampa digitale, Community Manager presso Roland DG Mid Europe.

Arrivai in Roland 10 anni fa, e mi innamorai di come tecnologia e manualità dialogavano insieme. La filosofia dell'Artigiano Tecnologico e dell'azienda era contenuta in un concetto racchiuso in un semplice marchio, estremamente comunicativo e riconoscibile: un mouse e una mano, due elementi diversi, ma complementari che insieme davano vita a un nuovo mondo: il mondo degli Artigiani Tecnologici. Questo nuovo tipo di figura rappresenta un professionista capace di coniugare capacità creative, artistiche e impreditoriali con la tecnologia dei prodotti Roland. Attualmente il brand ha un ruolo molto più importante rispetto al passato, prima era quello di fare un prodotto, oggi non basta solo fare un buon prodotto per poter essere competitivi nel mercato, bisogna avere una missione la nostra è condividere saperi e esperienze al fine di ottenere un impatto positivo nella vita delle persone.

Con il Roland Lab e la Maker Fair entriamo con le nostre tecnologie nelle scuole italiane per sostenere e aiutare la formazione dei giovani. Perché noi crediamo nelle persone, e cerchiamo di dare formazione e strumenti, fino al raggiungimento dell'autonomia. Sebbene attualmente in Italia non sia facile affermare l'idea di un'azienda che si auto-sostiene, bisogna credere in questa possibilità. Si dice “Le persone non comprano ciò che fai, comprano il perché lo fai”. Noi di Roland non vorremmo limitarci al Maker to Maker (scambio di pareri tra gli inventori) ma estenderci al Maker to Mark, ovvero raggiungere un'autonomia produttiva, non fare come Superman, che all'occorrenza si toglie i vestiti e diventa il supereroe, bensì provare ad essere sempre Superman.

Cos'è Maker Faire

La Maker Faire la più grande mostra al mondo incentrata sulla creatività e l'ingegno, un evento che non è solo per "gli addetti ai lavori". Una vetrina per i "makers", gli inventori del futuro, pronti a mostrare le loro idee e i loro progetti e a condividere il sapere tecnologico e artigianale, una celebrazione dell'innovazione e del "Maker Movement". E chi sono i teen-makers? "Una community che invoglia il pubblico a trasformare idee in realtà"; proprio loro sono i veri protagonisti della Maker Faire, gli innovatori under 18, come Joey Hudy, l'inventore del Cannon Marshmallow Extreme (il cannone spara marshmallow, presentato al presidente Barack Obama), o Jack Andraka, che ha creato un cerotto per la diagnosi del tumore al pancreas, o Quin, il CEO 12enne e ancora Cesare Cacitti, che costruisce stampanti 3D. Per loro è facile come bere un bicchier d'acqua, i teen-makers raccontano le loro invenzioni come fosse la cosa più semplice del mondo e a chi li guarda sbalordito rispondono che le loro idee geniali spesso nascono così, for fun. E sia chiaro, non ci perdono certo il sonno se qualcosa non torna.

Maker Faire a Roma

La prima edizione europea della Maker Faire è ideata e organizzata da Asset Camera, l'azienda speciale della C.C.I.A.A. di Roma nata con il compito di organizzare e gestire servizi per favorire l'innovazione e lo sviluppo del sistema imprenditoriale (per info: www.assetcamera.it).

Per rappresentare il concetto d'innovazione applicato alla vita di tutti i giorni e per essere d'ispirazione alle nuove generazioni è nato un apposito Progetto Innovazione ideato da Asset Camera.
All'interno di questo progetto si colloca, come parte di un percorso pluriennale, la volontà di realizzare la prima Maker Faire Europea. I promotori credono fortemente che il movimento dei makers possa essere in grado d'ispirare un nuovo modo di fare impresa. L'industria italiana, infatti, nasce non solo dagli impianti di ricerca e sviluppo, ma da un tessuto costruito sulla cultura del "saper fare" in modo unico e spettacolare.

Quest'anno l'Opening Conference della seconda Maker Faire Rome, The European Edition si terrà il 2 ottobre dalle 9.30 alle 17.30, nella Sala Sinopoli dell'Auditorio Parco della Musica con il titolo di Let's Make! (A Better World).

Roland DG Mid Europe

Per iniziare, un po' di storia: come è nata la Roland? L'azienda, nasce in Giappone da Ikutaro Kakehashi. Negli anni '50 Kakehashi riparava organi elettronici e creava prototipi di nuovi strumenti mentre gestiva un negozio di apparecchiature elettriche. Da sempre per Kakehashi, la ricerca e l'attenzione allo sviluppo di prodotti sempre innovativi sono stati la base della sua filosofia aziendale, sempre rapidissimo nell'individuare nuove opportunità di mercato. Ne sono un esempio il marchio Roland e gli altri marchi (Boss, Edirol, Rodgers, Roland DG) i quali si sono sempre distinti per la capacità di leadership, nel settore e in ambito internazionale. Ikutaro Kakehashi è riuscito a far conquistare al marchio Roland una solida posizione nel mondo dell'industria e la sua forza, così come il valore del marchio, sono in continuo aumento. Oggi Kakehashi, supporta il management Roland con la sua enorme esperienza e come presidente di Roland Foundation continua a dare il suo contributo all'azienda.

Cosa sono i Fab-Lab e la Roland Hub? Come Funzionano? Noi di Roland siamo attivamente impegnati a sostenere i giovani, durante questo periodo di evoluzione del mercato del lavoro. Essendoci una crescente competitività crediamo che la soluzione sia una condivisione maggiore delle esperienze, velocizzando la realizzazione fisica di un'idea.

> "Con l'apertura del nostro Creative Center facciamo vedere l'espansione delle possibilità pratiche."
>
> ***Giovanni Re,*** *Maker*

Uno dei temi più discussi in questo periodo è quello delle Start-Up, che spesso sono legate alla creazione di un App, di un Software, o di un servizio web che esula dal contatto umano, senza pensare a come in molti casi quest'ultimo determini il quid che fa la differenza. Bisogna secondo il mio punto di vista combinare la tecnologia web con un nuovo modo di comunicare, ascoltando le esigenze del mercato. Con l'apertura del nostro Creative Center abbiamo messo in atto un meccanismo per facilitare il contatto tra il mondo dell'artigianato e il mondo "virtuale", con il fine di entrare in un mercato totalmente nuovo, la cui parola d'ordine è "creazioni innovative".

Un altro aspetto sul quale porrei l'accento, è l'esperienza del fare laboratoriale, quello che oggi manca in molti casi al mondo della formazione e che impedisce agli studenti di trasformare il bagaglio teorico in esperienza pratica, tramite l'utilizzo degli opportuni strumenti tecnologici per dare forma alle idee. Allo stesso tempo spesso molti artigiani mancano dell'aspetto creativo e non sempre riescono ad utilizzare al massimo il potenziale dei loro macchinari. Producendo prodotti e applicazioni simili tra loro, non sempre caratterizzate da segni distintivi, non riuscendo quindi ad approcciarsi in modo creativo e unico con le loro attrezzature. Un esempio potrebbe essere quello di riuscire a far interagire, diversi linguaggi creativi: videoproiezione, musica, stampa, un

po come avviene con l'interaction design. Chiaramente questo va supportato, attraverso la ricerca lo studio e l'esperienza pratica. Oggi le tecnologie e i materiali, sono in continua evoluzione, ciò fa si che i vari interlocutori necessitino di continui aggiornamenti e approfondimenti. L'idea creativa, se supportata da tutto ciò può svilupparsi, assumere nuove forme, evolversi fino a trasformarsi in progetto d'impresa.
Relativamente a questo aspetto, noi abbiamo sviluppato una sorta di ponte che abbiamo chiamato Roland Hub: da una parte gli studenti e dall'altra gli artigiani tecnologici, gli uni con le proprie idee, gli altri con gli strumenti e le competenze pratiche.
È chiaro che tutto questo ha un costo, ci sono progetti anche da ventimila euro, ma quello che cerchiamo di fare come azienda Roland è supportare e valorizzare le idee, sostenendo eventuali interlocutori, per un periodo limitato di 6 mesi. Fungendo da "acceleratori di impresa" immettiamo sul mercato il prodotto dell'idea. È chiaro che per tutto ciò, bisogna creare un piano e noi aiutiamo a creare un modello di business e business-plan, perché molte volte ciò che manca è la visione completa di come entrare nel mercato. Questa è la strada per il nuovo Made in Italy, che stiamo percorrendo insieme a Stefano Micelli, autore di Futuro Artigiano, col quale stiamo lavorando ad un progetto nel Triveneto, al fine di portare i Fab-Lab nelle scuole mostrando la "cultura del fare". I Fab-Lab sono officine che offrono servizi personalizzati di fabbricazione digitale, nascono dal MIT (Massachusetts Institute of Technology) di Boston, attorno al quale è sorta una Fab-Foundation a livello mondiale, di cui siamo partner; il fondatore è Neil Gershenfeld che nel 2004 ha aperto il laboratorio dal nome "How to make (almost) anything" (Come creare qualsiasi cosa) da cui si è sviluppato questo movimento. Mettere le tecnologie a disposizione di tutti permette di sperimentare, imparare, capire, giocare, perché un Fab-Lab è aperto a chiunque abbia un'idea da diffondere. La ricerca, che può sembrare banale, è in realtà molto utile se legata allo scopo di dare soluzioni e possibilità. La parte più complessa di un'idea è la sua realizzazione, ma per metterci in gioco è necessario abbattere la forma mentale che blocca in noi lo stimolo a provare, crederci e a rischiare.

> "La ricerca, che può sembrare banale, è in realtà molto utile se legata allo scopo di dare soluzioni e possibilità."

Come Roland, non siamo interessati solo alla vendita dei nostri prodotti, ma vogliamo formare, conoscere i nostri utenti, condividere con loro l'esperienza, dal pensare al fare. La ricerca, che può sembrare banale, è in realtà molto utile se legata allo scopo di dare soluzioni e possibilità. Penso che con la Roland tutto sia possibile, ci sono finanziamenti, artigiani e guide costanti. La connessione con persone giovani porta un'apertura incredibile, io personalmente adoro giocare e sperimentare tecnologie, con i bambini delle scuole elementari, con loro riesco a comprendere se un'applicazione funziona veramente: lo vedo dal loro sorriso. I bambini non hanno vincoli, se tu gli fai provare un plotter per realizzare la grafica per la loro maglietta, in relazione a cosa vogliono ti accorgi e prendi immediatamente consapevolezza, dei limiti e delle opportunità tecniche, ecco perché è importante la figura professionale dei configuratori. Sta a noi creare e incrementare, opportunità, ricreando l'anello mancante che oggi in molte situazioni scarseggia. Dico sempre ai giovani che devono essere intraprendenti, informarsi, sperimentare le nuove tecnologie, catturare le opportunità, non lasciarsi andare, non si deve attendere passivamente, la cosa importante è l'azione e la condivisione, "Il futuro è degli audaci".

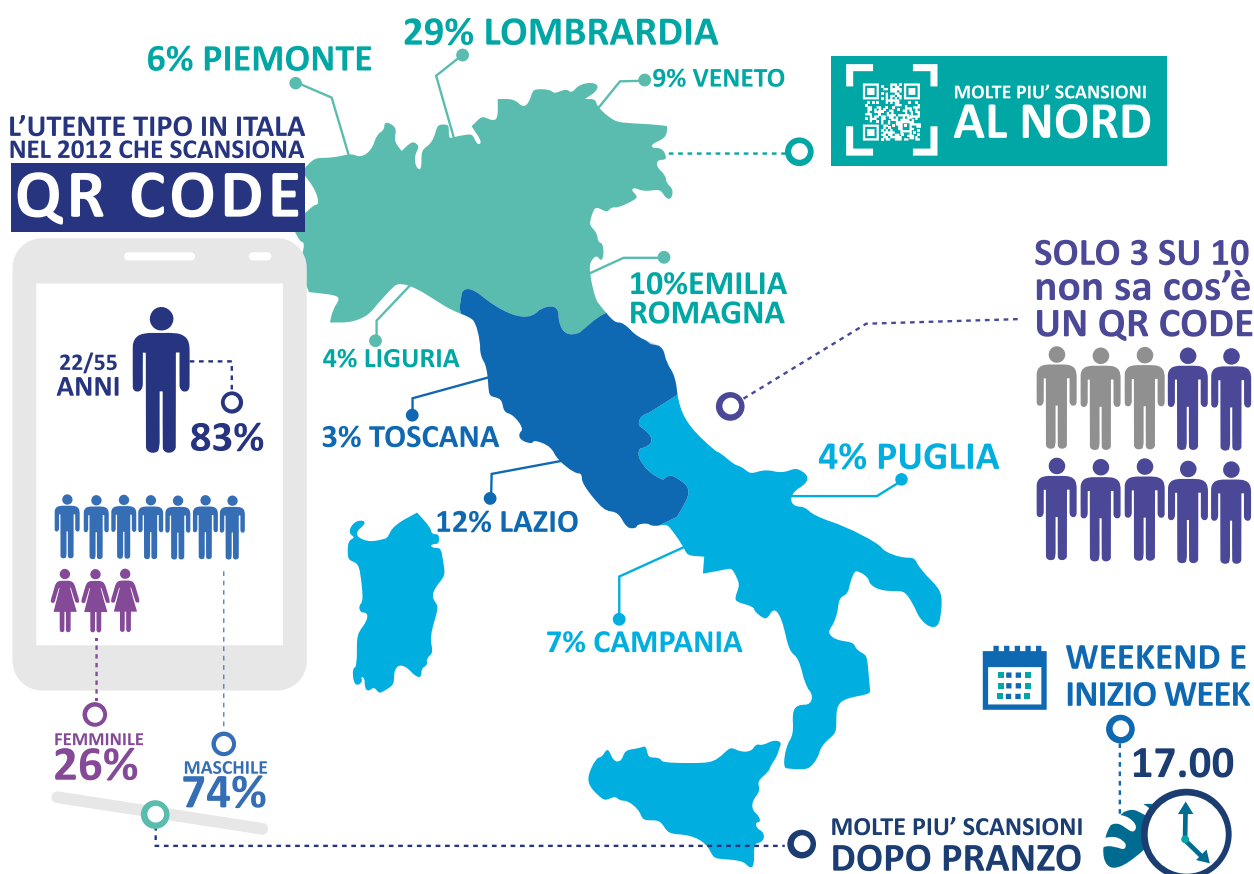
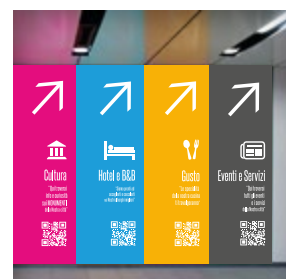
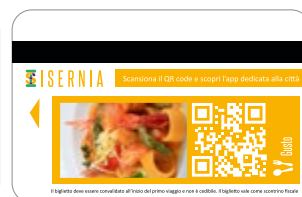
"Il gioco è la contemplazione, sottratta alla serietà della passività come intuizione e bisogno e dell'attività come intelletto e ragione."

Luigi Pareyson

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

Il mondo del QR

Anna Sanità

Il **Mondo del QR** è una tesi nata con l'intento di far conoscere e analizzare i nuovi sistemi di comunicazione che utilizzano la tecnologia QR code. Grazie all'osservazione, in diversi ambiti, di questa innovativa tecnologia è stato possibile conoscere il suo raggio d'azione a 360°. La peculiarità del codice QR è proprio il suo versatile utilizzo che, se ben impiegato, è in grado di dare ottimi risultati. Creando una sorta di archiviazione di varie esperienze, raggruppate in diverse categorie, è stato possibile analizzare i differenti approcci utilizzati con la stessa tecnologia, dal QR code più creativo all'applicazione più accattivante collegata al QR code. Questa analisi approfondita ha permesso di definire e progettare un insieme di pratiche e metodologie che possono occuparsi di relazionare gli utenti con prodotti, campagne pubblicitarie e servizi oltre ad aver individuato altri possibili impieghi nell'ambito dell'arte e dell'urban game. Gli utenti vogliono essere attivi, vogliono partecipare, interagire e condividere sui social network le proprie esperienze ed i QR codes rispondono a questa prerogativa. Tale tecnologia ricopre un ruolo importante anche nel turismo, migliorando la fruizione dei posti e dando la possibilità ai visitatori di esplorare la città in maniera del tutto autonoma. In questa maniera si delinea una nuova urbanistica, trasformando le tradizionali visioni che si hanno della città in visioni più ampie e moderne: **smart city**. Quindi, individuare esempi validi che hanno curato l'immagine della città partendo dagli anni 60 fino ad arrivare alla segnaletica QR code di oggi, è stato fondamentale per sviluppare soprattutto la parte progettuale della tesi.

QR_IserniaProject è il nome del progetto che ha come presupposto quello di sviluppare un nuovo turismo interattivo e dinamico che usufruisce della tecnologia QR code per la Provincia d'Isernia. Il lavoro progettuale è stato caratterizzato da tre fasi ben delineate di cui la prima consiste nel far conoscere e sensibilizzare i cittadini al QR code, tramite manifesti e giornate dedicate all'argomento, la seconda è dedicata alla creazione di una nuova segnaletica integrata con QR code e la terza riguarda la progettazione di un'interfaccia grafica di un'applicazione dedicata alla città visualizzata alla lettura del QR code. Inoltre sono stati realizzati anche biglietti per i trasporti pubblici integrati a QR code che si collegano all'App "IserniaQR" progettata appositamente per la Provincia, mostrando fotografie e video di alcuni luoghi della città.

Questa nuova tecnologia ha permesso anche un approccio al gioco diverso dal solito, sviluppando progetti ed iniziative che coinvolgessero molte persone e aiutassero a scoprire ed imparare nuove cose attraverso pratiche ludiche. Nella tesi sono state analizzate diverse esperienze di **urban game** applicate anche all'utilizzo di QR code. Questi giochi urbani sono stati, nella maggior parte dei casi, fondamentali nella costruzione dell'identità di una nuova città tecnologica.

Il lavoro di **Gabriele Ferri** è un esempio molto significativo di Giochi Urbani che incoraggiano i partecipanti a esplorare gli spazi pubblici e di socializzare in modo creativo con gli astanti. Per comprendere appieno il suo lavoro e l'importantanza di utilizzare un mezzo come il gioco per coinvolgere gruppi di persone per attività condivise e sociali è bene presentare due concetti: gamification e storytelling.

La **gamification**, traducibile in italiano come ludicizzazione, è l'utilizzo di elementi mutuati dai giochi e dalle tecniche di game design in contesti esterni ai giochi.

Lo **storytelling**, una metodologia che usa la narrazione come mezzo creato dalla mente per spiegare gli eventi. Un mezzo per sedurre e convincere, influenzare pubblici di riferimento, espandere le conoscenze e condividere esperienze.

Nell'ultimo decennio si sta sviluppando anche il **Serious Gaming**, che cerca di utilizzare i giochi digitali per uno svariato genere di scopi, dall'istruzione e crescita della consapevolezza fino alla formazione in particolari tecniche o capacità di management.

Proprio partendo da questa idea sono nate, in varie città d'Italia, giochi urbani chiamati **CACCIA AL QR** per sensibilizzare, attraverso attività ludiche nella città, alla conoscenza di questo nuovo metodo utile alla diffusione di informazioni istantanee.

Digital meet.it è un esempio di una caccia al tesoro con quiz sui temi digitali organizzata nell'ottobre 2013 nelle città di Padova e Vicenza. I partecipanti sono stati sottoposti a cinque domande da scoprire attraverso dei QR codes posizionati all'interno dei locali del centro cittadino di Padova e Vicenza.

LA CITTA' IN MOVIMENTO
CACCIA AL
QR CODE

Martina Gentile

SOUND BOX

Il progetto realizzato in questa tesi è il risultato di un'attenta e accurata ricerca che coniuga l'uso di immagini, colori e musica per la realizzazione di uno strumento di supporto alla comprensione della musica in età prescolare.

Una strategia didattica che ha portato alla messa a punto di un'applicazione chiamata "Sound Box", pensata come strumento di guida informale per la prima infanzia (indicativamente fino ai 5 anni) che non prevede l'acquisizione di abilità, ma di introdurre il bambino alla cultura musicale e incoraggiarlo ad assorbirla.

L'idea progettuale è nata integrando le teorie dell'apprendimento musicale nella prima infanzia elaborate da Edwin Gordon, i legami fra suono e colore studiati e illustrati da Vassilij Kandinskij e l'esperienza musicale di Petrovic Musorgskij, che ha tradotto in musica, rievocandole, le sensazioni e le emozioni provate durante la visione di una serie di quadri dipinti da Hans Hartmann.

Su questa base teorica, è nata la struttura portante di Sound Box.

L'applicazione si compone di quattro schermate di base. La prima è la schermata principale, la "home page", nella quale troviamo le icone delle tre sezioni in cui si articola l'applicazione: "**Ascolto**"," **Colore**" e "**Immagini**". Ogni sezione è indipendente dalle altre, per cui il bambino è libero di poter scegliere una delle tre opzioni a sua disposizione, senza necessariamente aver completato le altre due.

La prima delle tre sezioni è quella dell'"**Ascolto**", ispirata alle teorie di E. Gordon, in cui il bambino può ascoltare l'esecuzione di un pattern tonale e allo stesso tempo ha la possibilità di poter scegliere lo strumento con il quale la composizione verrà eseguita. La schermata è composta da una parte superiore nella quale ritroviamo uno stesso rigo musicale rielaborato in due ulteriori versioni grafiche che, grazie alla trasformazione cromatica, facilitano il riconoscimento e la memorizzazione delle note – ad ogni nota è associato un colore - e aiutano il bambino a distinguere meglio la loro posizione sul rigo. Inoltre, cliccando su ogni singola nota colorata, è possibile scoprirne il nome e allo stesso tempo ascoltarne il suono. La parte centrale della schermata è dedicata a tasti funzionali (play, avanti, indietro,...). In basso sono posizionati sei tasti, con icone che raffigurano altrettanti strumenti musicali: alla loro attivazione viene riprodotto il brano presentato graficamente nella parte alta, suonato dallo strumento che appare in icona. In questo modo il bambino potrà acquisire la conoscenza dei timbri dei vari strumenti e sarà in grado, in futuro, di riconoscerli durante l'esecuzione di un qualsiasi brano musicale.

La seconda sezione dell'applicazione è quella del "**Colore**", che ha lo scopo, con l'aiuto di effetti grafici, di far riconoscere al bambino il suono prodotto da uno strumento musicale. La schermata è composta da un fondo variamente colorato in cui è inserita la sagoma, lievemente delineata, di uno strumento. Il bambino avrà la possibilità di ascoltare cinque brani suonati da altrettanti diversi strumenti e dovrà individuare quello associato allo strumento che si percepisce in schermata: solo in caso di risposta esatta la sagoma acquisterà, con un effetto di dissolvenza, una forma definita e compiuta. Le varie opzioni - riproduzione di brani musicali eseguiti da cinque diversi strumenti – si attivano attraverso cinque tasti con icona identica, posizionati nella parte bassa della schermata, dove è collocato, isolato e in evidenza, anche il tasto di conferma, che il bambino cliccherà quando penserà di aver riconosciuto il brano da associare allo strumento proposto.

La terza e ultima sezione è quella delle "**Immagini**", nella quale vengono presentate cinque illustrazioni, ciascuna riprodotta in quattro gamme di colori, dai toni più chiari a quelli più scuri, seguendo la teoria del "suono interiore" di Kandinskij. Ad ogni illustrazione sono abbinate delle musiche che suggeriscono sensazioni di allegria, malinconia, romanticismo e paura. In questa parte dell'applicazione il bambino deve cercare di abbinare la musica riprodotta all'immagine e ai colori proposti.

Questa schermata, come le precedenti, è composta da pochi semplici elementi: al centro troviamo l'illustrazione che il bambino deve osservare e analizzare e in basso sono posti i sei pulsanti che raffigurano altrettanti strumenti musicali che, quando attivati, riproducono diversi brani, di cui solo due sono coerenti con la rappresentazione. In basso è posizionato il pulsante con cui il bambino può confermare la sua scelta.

Lo scopo di questa sezione dell'applicazione è quella di far comprendere al bambino, ma anche al genitore, come può cambiare la percezione di una stessa immagine, cambiando semplicemente la gamma di colori. Questa sensazione troverà conferma nel momento in cui il bambino sceglierà una musica allegra e gioiosa per un'illustrazione dai colori vivaci e squillanti, ed una musica più cupa e misteriosa per un'immagine dai colori più scuri e tristi.

Ho ritenuto che l'applicazione per *tablet* fosse la soluzione più appropriata per veicolare il messaggio ludico/educativo del mio progetto: con pochi elementi, fortemente caratterizzati dal colore e dalla grafica, mediante un'interfaccia semplice e intuitiva, il bambino è agevolato nell'individuare visivamente la funzione di ogni pulsante e comprendere istintivamente i meccanismi di accesso e di interazione.

L'auspicio è che l'idea di Sound Box, con una successiva fase di sviluppo, possa concretizzarsi in un prodotto fruibile e facilmente reperibile sul mercato, per promuovere e diffondere nelle scuole e nelle famiglie la cultura musicale fin dalla prima infanzia, quando è altissimo il potenziale di apprendimento.

Ascolto

Colore

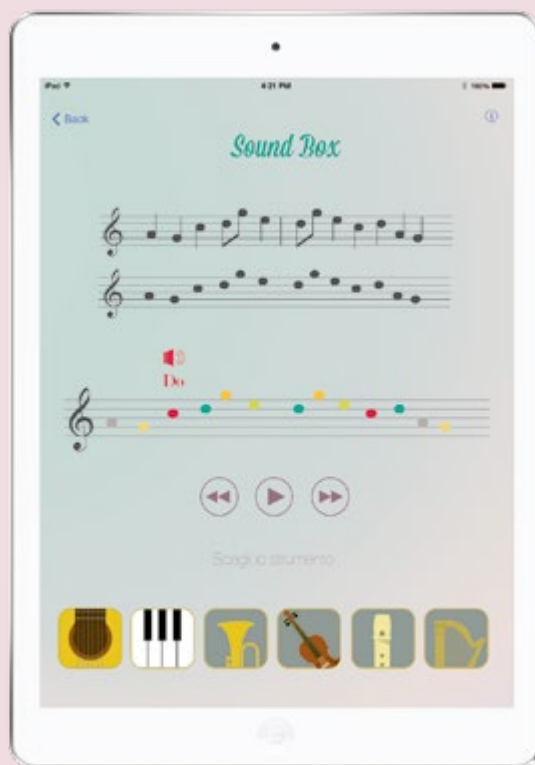
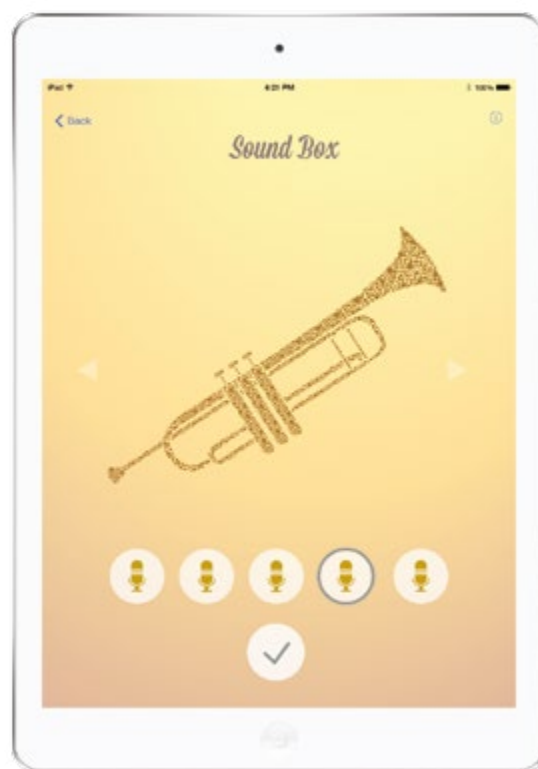
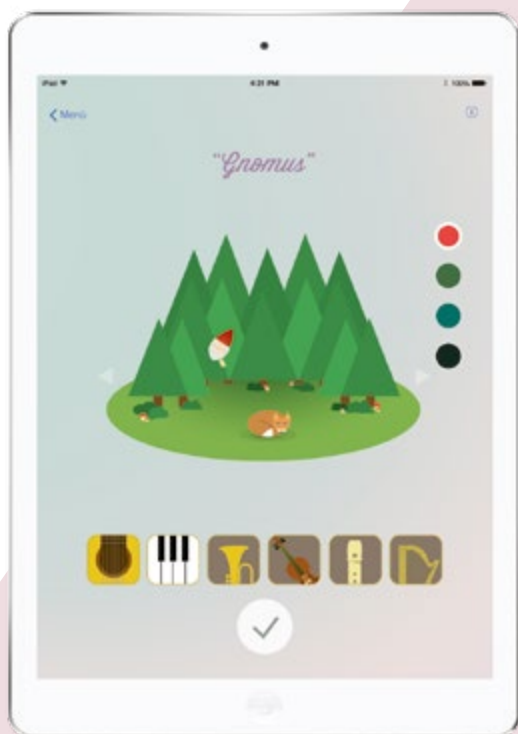
Immagini

"Promenade"

"Gnomus"

"Il mercato"

"La capanna della strega"

"Il vecchio castello"

A videogame's story.

Evoluzione delle macchine da gioco

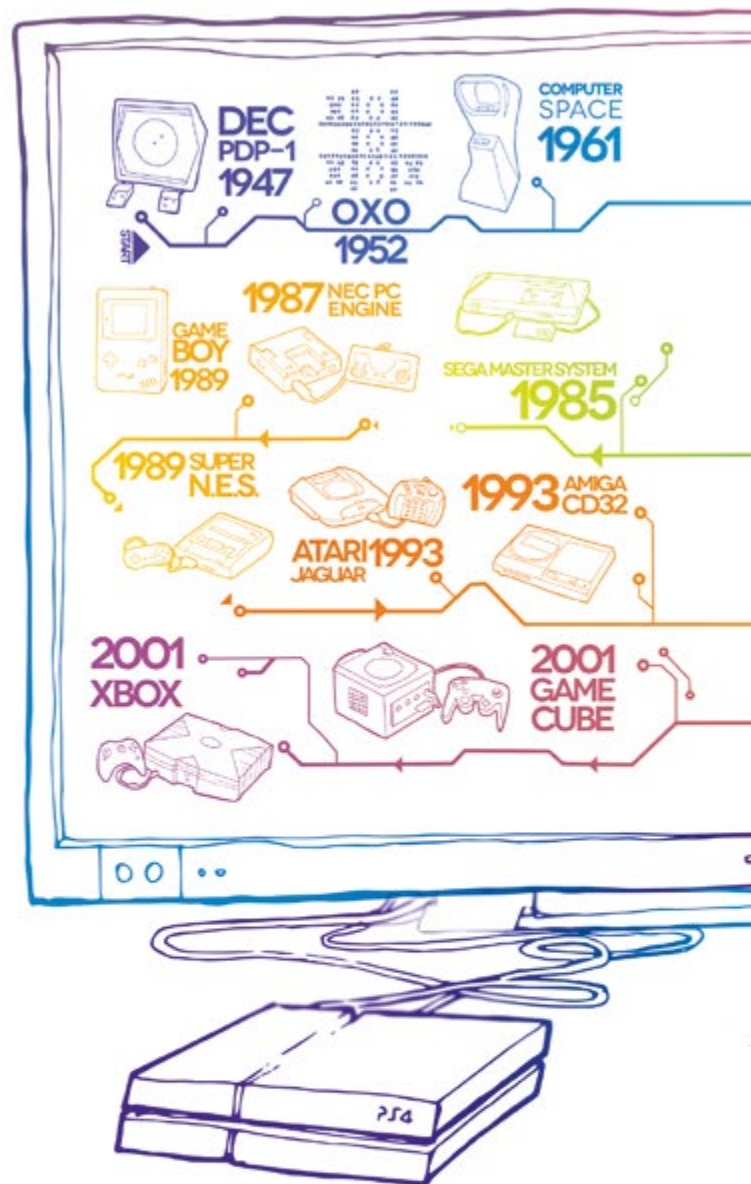
LORIS LACCU

0.0 Start // game machines evolution

Non ricordo quanti anni avessi quando ho preso in mano il primo controller nè quale fosse la macchina a cui fosse collegato. Ricordo solo che quello che vidi alla tv non appena mio fratello maggiore inserì una musicassetta in un mangianastri, collegato a una moltitudine di cavi, mi sembrò inizialmente solo un noiosissimo cartone animato di Frankenstain, disegnato malissimo, tutto quadratini, e perlopiù "ripreso" sempre dalla stessa angolatura.
Poi mi venne passato questa sorta di "telecomando". BOOM. Frankestain faceva quello che dicevo io, spingevo a destra e andava avanti, spingevo a sinistra e tornava indietro.
Lo scoprire di "poter comandare quel cartone animato" mi esaltò così tanto da farmi incollare allo schermo per ore. Se a quell'età era facile immedesimarsi in un qualsiasi personaggio dei fumetti o dei film d'animazione, con questa nuova immensa possibilità di interazione, la catarsi era immediata.
Questo perchè per la fervida immaginazione di un bambino, è semplice giocare di fantasia attorno alla grafica più semplice e lineare, costruendoci abilmente sopra una qualsiasi storia.
Ma crescendo, il discorso diventa più complesso. Si inizia a cercare un livello di interazione maggiore. Una realtà ancora più aumentata, in cui si è ancora più "liberi" e in cui ci sono meno limiti.

Oggi, i giochi sono sempre più grandi in termini di mappa di gioco, le trame diventano più complesse, lunghe e intricate e le possibilità di interazione aumentano di titolo in titolo.
I Videogames sono diventati finalmente il miglior film interattivo che si potesse immaginare dieci anni fa.
Ma per arrivare alla qualità di gameplay che abbiamo oggi, le console e i computer hanno subito una lunghissima evoluzione. Il continuo svilupparsi della tecnologia alla base di hardware e software ha permesso alle macchine da gioco, di anno in anno, di riprodurre titoli di qualità (e peso digitale) sempre maggiore.
Le aziende produttrici sono diventate sempre più complesse e strutturate , e competono tra loro nel rendere più appetibile il proprio franchise, attraverso design delle macchine sempre all'avanguardia, immagine aziendale fresche e accattivanti, qualità dei titoli, e strategie di marketing sempre più aggressive.
Questo è un lavoro di analisi sui videogames, ma di videogames veri e propri ne verranno citati pochi. Si concentrerà invece sull'evoluzione delle piattaforme che li ospitano, collegata a doppio filo con l'evoluzione dei giochi stessi.

0.1 Focus // console

Le console sono macchine pensate per un ambiente di utilizzo chiuso, quindi affidabili, con un sistema dedicato interamente al gioco che permette di compiere poche altre azioni secondarie.
Con hardware ottimizzato e spesso appositamente disegnato, sono macchine prestanti, ma sopratutto semplici e veloci da installare e avviare. Si collegano i cavi, si mette il dvd, si prende il controller, e in poche manciate di secondi il gioco è partito.
Inoltre, sono spesso buoni oggetti di design e sono pensate per occupare poco spazio, visto che andranno posizionate, nella maggioranza dei casi, accanto alla tv in salotto, dove il case di un computer risulterebbe sicuramente troppo ingombrante.
Vengono spesso scelte dagli affezionati a un determinato franchise in esclusiva al marchio produttore di turno; chi segue SuperMario comprerà una Nintendo Wii, mentre chi segue Halo comprerà XBOX.

0.2 Project // pandora

Si è partiti dalla prima macchina concepita per l'intrattenimento interattivo e, attraverso un breve riepilogo delle macchine più importanti entrate nelle nostre case in questi ultimi decenni, si è passati ad un'analisi più approfondita delle macchine da gioco attuali, che siano esse console da salotto o Pc gaming , allo scopo di comparare tra loro i risultati ottenuti.
Si sono analizzati i prodotti scelti nella loro totalità, dall'immagine che l'azienda gli ha conferito, al modo in cui è il prodotto viene presentato al pubblico, dalle prestazioni al prezzo, dalla storia del logo all'analisi del packaging.
Il tutto allo scopo di gettare le basi per la creazione dell'immagine coordinata, il cui scopo è proporre una soluzione di gioco alternativa alla scelta attuale, in linea con la curva di evoluzione del mercato dei videogame odierno.
Una soluzione nella quale si è cercato di far convergere i pregi delle varie tipologie di supporti di gioco analizzate e che è stata il primo risultato di un progetto che abbiamo chiamato Pandora Project. Il nome deriva logicamente dal tentativo di "scoperchiare il vaso di Pandora".
L'obbiettivo del progetto è stato quello di ottenere una game machine che possa essere desiderata sia dagli affezionati al computer abituati a una macchina molto performante e iperpersonalizzata, sia dagli utenti console, abituati a un dispositivo comodo e affidabile.

Per Iniziare, abbiamo chiesto una partnership a Steam™, in modo da poter distribuire la nostra macchina, con il client di Steam™ già preinstallato. Steam™ è la più grande piattaforma online per la distribuzione digitale dei giochi e per la gestione dei relativi diritti, ed è distribuita da Valve corp.
Conta al giorno d'oggi 75 milioni di utenti e funziona anche come piattaforma per il gioco multiplayer, la comunicazione tra iscritti e lo sviluppo di videogames.
Sul suo negozio online sono disponibili oltre 3000 giochi di tutti i generi, partendo da titoli d'azione di ultima generazione presenti anche su console, fino ad arrivare a produzioni indipendenti di ogni genere e per ogni piattaforma, che essa sia computer desktop, portatile, tablet o smartphone.
La principale chiave del successo di Steam, oltre all'immediatezza con cui si può reperire e scaricare istantaneamente qualsiasi titolo, è il prezzo dei giochi.
Già competitivi di partenza, sono spesso ribassati ulteriormente da ricorrenti periodi di offerte esclusive, che arrivano fino al 90% di sconto, e non mancano i titoli gratuiti.
Inoltre, c'è la possibilità di condividere un gioco con i propri amici online, che possono usufruirne gratuitamente nella sua interezza, quando l'account proprietario è disconnesso. Proprio come quando ci si prestava i dvd.

In alto: *Studio su logo e logotypo della Alienware®, noto marchio produttore di computer preassemblati appositamente per il gaming.*
A sinistra: *Studio sull' evoluzione di logo e logotypo Playstation, dal primo del1994 all'ultimo del 2014.*

0.4 Focus // computer

Chi preferisce giocare a un livello più professionale, lo fa scegliendo il proprio hardware, ottimizzandolo e montandolo personalmente in un case da mettere sotto una spaziosa scrivania, visto che la quasi totalità di quest'utenza è affezionata al controllo più classico di mouse e tastiera.
C'è anche chi preferisce comprare un costosissimo pc gaming preassemblato di ultima generazione, scegliendo la propria configurazione personalizzata al momento dell'acquisto online.
Nella gran parte dei casi, chi sceglie un pc per giocare lo fa perchè vuole prestazioni migliori di quelle delle console, quindi una grafica migliore, fluidità delle immagini e vuole poterci mettere mano, magari scalando la qualità del video a seconda della configurazione o aggiornare il proprio hardware migliorando le prestazioni della macchina, cosa impossibile da fare nel mondo delle console.

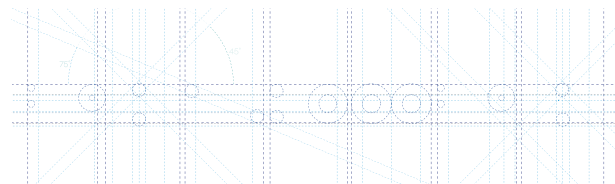
0.5 PROJECT // concept

Come prima cosa abbiamo scelto un case che potesse ospitare la migliore componentistica di ultima generazione, ma che non fosse nè troppo ingombrante nè rumoroso, e con un ottimo sistema di raffreddamento integrato.
La componentistica interna è stata attentamente selezionata, bilanciando il rapporto tra prestazioni e prezzo totale.
La configurazione attuale permette di giocare con i titoli di ultima generazione con risoluzione fino a 1080p e a 60 frame al secondo.

Abbiamo appositamente ottimizzato il sistema per questa configurazione creando un ambiente stabile e pensato per giocare, navigabile da una dashboard, da noi appositamente disegnata e programmata, che permette l'accesso al client di Steam preinstallato, la navigazione in internet, l'accesso ai propri social tramite applicazioni apposite (come nei tablet), la riproduzone dei propri contenuti multimediali e l'installazione di applicazioni di terze parti, come skype o client di aziende produttrici di giochi non presenti su Steam.
La macchina verrà venduta con controller wireless preconfigurato e minitastiera per facilitare la chat durante i giochi, ma può essere benissimo utilizzata con i classici mouse e tastiere.
In dotazione si troveranno il manuale utente e i due cavi per l'installazione, pressochè istantanea.

Basta infatti collegare il cavo dell'alimentazione, il cavo HDMI al televisore o al monitor, premere il tasto accensione e, dopo aver preso controller o tastiera accedere a Steam e iniziare a giocare, il tutto a pochi secondi dall'avvio.
Stiamo inoltre sviluppando un servizio online di aggiornamento software gratuito e upgrade hardware per chi volesse migliorare ulteriormente le prestazioni della macchina senza aspettare il

0.6 PROJECT// logo

modello successivo.
Dopo la fase iniziale di ricerca, è stata creata l'immagine aziendale per proporre la versione beta del prodotto al pubblico.
Abbiamo cercato di creare un logo il cui compito è quello di dare una sensazione di apertura, rimanendo il più fedele possibile all'ambito tecnologico, e mantenendo una certa tridimensionalità per richiamare all'ambiente a tre dimensioni tipico dei videogames.
E' pensato per essere uttilizzato in piccolo formato su supporti di plexiglass per personalizzare il case, ma anche in grande formato come oggetto principale della scatola e della campagna di marketing, affiancato alle immagini della macchina, realizzate appositamente.

0.7 Project // dashboard

Nel Disegnare la Dashboard, è stato privilegiato uno stile semplice ma comprensibile, Con un iconSet in flat, bianco su tiles nero opaco.
La struttura principale della dashboard è caratterizzata in due bande strette poste nei lati superiore e inferiore dello schermo.
Quest'ultime, ospitano le informazioni di base fornite all'utente, come il nome dell'account connesso e l'orario nella zona superiore, il tasto di accensione e spegnimento caratterizzato dal logo della macchina e feed rss testuali ricevuti direttamente dallo steamshop, nella zona inferiore. Le guide tasti vengono visualizzate centralemente lungo la barra inferiore.
La parte centrale è occupata da otto Tiles (mattonelle) riportanti le icone per le varie azioni principali della macchina.
Le icone avviano direttamente le applicazioni richiamate, o altri sottomenù strutturati a tendina posizionati centralemente nello schermo, In cui le icone vengono disposte orizzontalmente.
Sotto ogni icona, al momento della selezione troviamo il nome dell'applicazione o del comando a cui essa è dedicata.

0.8 Project // Packaging

Il progetto della scatola ricalca lo stile della dashboard: testo bianco su nero nella maggioranza dei casi, icone flat bianche e angoli "fasciati" da piani obliqui bianchi, su cui viene posizionato il testo in nero. Nelle icone dei marchi di terze parti vengono rispettati i colori aziendali.
E' stato pensato con due lati a scopo espositivo, con marchio ben visibile, utilizzi primari della macchina semplificati in un iconset e due lati a scopo esplicativo, con specifiche tecniche e spiegazione nel dettaglio del prodotto.
La grafica verrà stampata in una camicia di cartoncino lucido che avvolgerà una scatola in cartone bianco lucido con solo la stampa del logo ai lati, contenente l'imballaggio del case e le tasche per gamepad e minitastiera.
In una tasca nella parte interna dell'imballo principale, si troverà una cartella in formato A6 contenente manuale d'uso, certificazioni hardware e software, garanzia e ulteriori documentazioni.

0.9 Project // WEB Presentation

La stessa linea grafica è stata rispettata nel sito, caratterizzato da un'alternanza di piani bianchi e neri e immagini con una dominante blu scuro.
La schermata principale della Home è occupata da uno slideshow con tre immagini differenti che se cliccate, mandano all'altezza della pagina in cui sono presenti approfondimenti a riguardo.
Nelle immagini viene pubblicizzato il concetto di ibrido, l'immediatezza dell'interfaccia, e le potenzialità di Steam.
Un video al centro della pagina mostra l'animazione presente all'acensione della macchina, in cui il logo si apre dopo essersi illuminato, allo scopo di richiamare il concetto di apertura del vaso.
Oltre alla sezione in cui è possibile preordinare la macchina, è presente una dettagliata pagina in cui si spiegano nel dettaglio le caratteristiche della macchina.
Il sito è online all'indirizzo www.pandoramachines.com.

RENATO SABATO

AMBIENTROPIA

IIIII

Ambientropia è un concept album musicale scritto e composto nell'arco di un anno, in cui il soggetto della narrazione è l'identità, veicolata attraverso soggetti organici ed inorganici, posti in continui simbolismi e parallelismi tra di loro. Il prodotto si pone come una ricerca all'interno dell'autore stesso, scritta secondo la struttura narrativa propria di una sceneggiatura, giungendo ad una storia plurisensoriale, la musica viene trasposta in una dimensione visuale, dove le onde vengono tradotte in forme. L'essere umano ha un'identità propria sensibile all'ambiente esterno in cui si vive. L'espressione è il mezzo con cui si conosce il mondo e ci si mostra ai componenti della società in cui si interagisce. Possiamo giungere a conoscere noi stessi attraverso la produzione artistica? L'identità necessita di una componente razionale che funga da struttura portante la quale contiene il divenire dell'essere, nella sua molteplicità, legato all'espressione artistica.La riflessione fatta si rivolge in modo deterministico all'ambiente che circonda il soggetto, in quanto, la sua vera forma non è altro che il prodotto delle forze esterne che agiscono sul corpo modificandolo. L'assenza di libero arbitrio fa si che il soggetto narrante sia spettatore di se stesso e che, viceversa, ogni spettatore possa essere soggetto. Il numero delle tracce che compongono l'album, dieci, si ricollega ai pezzi che compongono la piramide (concept metaforico), di cui uno smarrito. La piramide in questione, è un rompicapo che offre un solo metodo di risoluzione, e che quindi non può essere composto diversamente. Questo aspetto, il quale potrebbe precludere la varietà di forme possibili o di processi di costruzione, è invece l'aspetto peculiare che ha reso il concept una base solida per l'elabora-

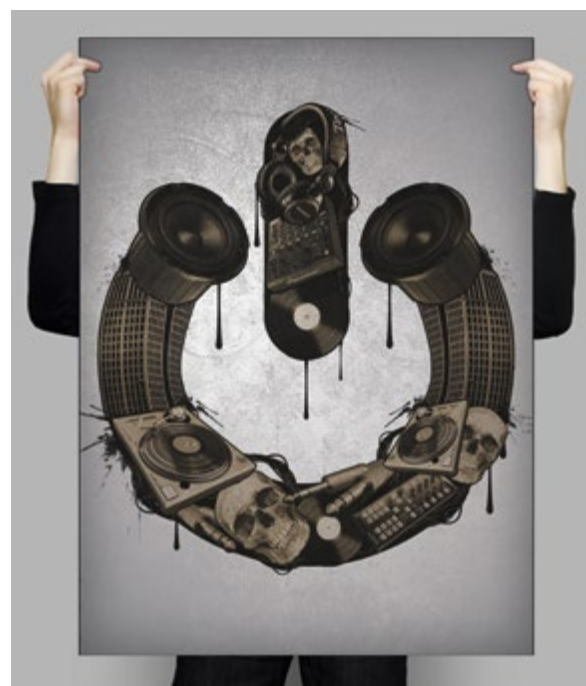
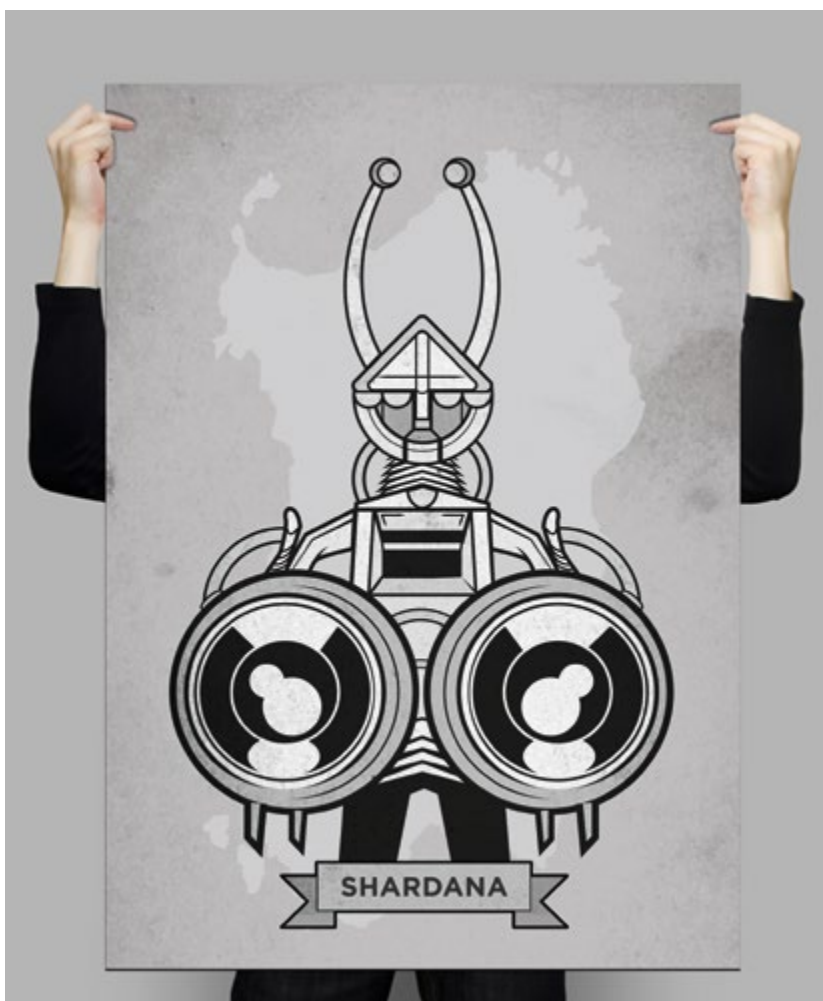
zione dell'immagine e dell'identità dell'intero prodotto. La costruzione difatti sarà successivamente utilizzata come simbolo principale e punto di partenza della narrazione, soggetto e punto d'arrivo in virtù di una nuova composizione stabile. Portando la piramide sul piano bidimensionale, quindi, analizzando una singola faccia del solido, si può sintetizzare il concetto in un triangolo equilatero, come se si stesse osservando la piramide in modo perpendicolare alla superficie. La particolarità sta nel fatto che il suddetto triangolo è costituito da moduli anch'essi triangolari i cui vertici, svelano i punti della Tetractys pitagorica. La Tetractys è una successione aritmetica dei primi quattro numeri naturali (1,2,3,4), intorno ai quali, in tale disposizione, si districano diverse simbologie. La somma dei numeri della successione (1+2+3+4) equivale a 10, numero dei punti del triangolo, che se sommato nelle sue parti ha come totale 1, ovvero l'Unità. Questa figura presenta, così disposta, quattro livelli: il primo punto rappresenta la Totalità, i due punti del secondo livello la Dualità, intesa come attivo e passivo e come dicotomia, i tre punti del terzo livello lo spazio e il tempo, le dinamiche della vita e la creazione, e infine i quattro punti alla base, gli elementi materiali. Ognuno dei livelli ha come riferimento alla cosmogonia i quattro elementi. La particolarità della progettazione del logo, mediante l'uso di softwares generativi, a differenza della realizzazione di un'opera visiva, dove l'autore gestisce i singoli elementi della composizione in modo diretto, conscio del risultato che vuole e che sta per ottenere, consiste nel progettare l'idea, la struttura logica, che mediante l'uso di algoritmi, cioè di procedimenti formali atti a risolvere un dato problema attraverso un numero

finito di passaggi, permette di stabilire un insieme di regole a cui il programma dovrà attenersi nel momento in cui viene a generarsi il visual. Un software generativo come Processing, permette di gestire singoli elementi (es. linea, punto, curve di Bezier, figure piane), a cui vengono poi attribuite le caratteristiche necessarie ottenendo un'immagine più o meno complessa. La vera potenzialità del design generativo consiste nell'uso delle variabili. Questo tipo di procedimento porta ad una nuova visione del modo di progettare e rappresentare concetti sottoforma di informazioni visive, così come ad un insieme più vasto di finalità possibili. Il logo Ambientropia presenta una fase progettuale diretta, che permette così di gestire un'area fissa che il logo andrà ad occupare, e una fase di programmazione, per realizzare il concetto di divenire, all'interno del corpo. Dopo aver progettato la struttura del trangolo suddiviso in moduli, e calcolate le coordinate in ogni punto di intersezione delle semirette, si riportano queste informazioni nel software generativo. Con l'uso della funzione random, assegnando o meno la tracciabilità di ogni semiretta, il programma in esecuzione, andrà a generare sempre la medesima figura, ma composta di volta in volta da pezzi irregolari e

diversi; così facendo il triangolo diventa l'unità di misura ed il punto di partenza per la composizione di altre figure, diverse dalla prima, come un corpo che muta in base agli eventi. Dati il numero e il tipo di gestione delle variabili, il programma è in grado di generare circa 511 combinazioni diverse, riconducibili, però, tutte allo stesso logo, invariato nella sua struttura esterna. La variabilità delle forme inoltre, è stata concepita tenendo conto della semplicità delle singole figure in modo da poter essere riconoscibile anche se monocromatico, e per permettere la riproducibilità su supporti diversi dal cartaceo Ambientropia è girato a camera fissa, con la medesima ambientazione del la cover dell'album, in modo da creare un collegamento visivo identificativo con il futuro prodotto. La vicenda è narrata in piano sequenza, cioè con una singola ripresa senza fase di montaggio, in cui un soggetto, di cui non si scorge il viso, monta la piramide, apparentemente in modo corretto, fino a che, con l'aumentare del climax sonoro, viene mostrato un pezzo rimasto fuori che non trova posto all'interno della struttura; anzichè ricomporre l'intera piramide nel modo corretto, viene nascosto il pezzo superfluo. Il senso della piramide, intesa come identità dell'autore, mostra il confine che separa l'essere dall'apparire, dove l'essere è frazionato e alla ricerca del suo completamento, ma appare agli occhi di chi sta dal lato opposto solido ed integro. Il cortometraggio di Ambientropia è estrapolato dalla sceneggiatura del concept album con una focalizzazione maggiore su alcuni punti come il libero arbitrio, connesso al determinismo, e le cinque fasi di Kubler-Ross. L'ambientazione del corto, visivamente unitaria, è formata da due ambienti distinti, fisico e metafisico/mentale; nell'ambientazione fisica il soggetto effettua un conteggio, nella propria mente, perciò con una voce irreale, in quanto frutto della sovrapposizione di due voci diverse, che arrivato al "3" termina con un "4" non pronuciato vocalmente ma sostituito dal suono del dito che batte sul tavolo; questo conteggio viene effettuato ad oltranza senza fornire allo spettatore una durata temporale definita. Nell'ambientazione metafisica, invece, la vicenda vede il protagonista, accingersi a creare un domino formato da cinque tessere, costruendone le parti, di cui ne innescherà la caduta; durante la reazione a catena vengono messi a fuoco degli oggetti, appartenenti ai ricordi, i quali porteranno il soggetto a bloccare le tessere e dunque il corso degli eventi. Nel cortometraggio la simbologia degli elementi mostrati è la chiave di lettura principale e allo stesso tempo la più complessa da cogliere. In questo caso la piramide non è presente nella scena ma i rimandi al triangolo sono molteplici: il conteggio vocale si ferma al "3" (lati), come tre sono le tessere cadute, tre le scene dei ricordi, e tre i cicli ripetuti del gruppo delle sequenze. La sequenza di "4" è un riferimento alla Tetractys pitagorica e alla musica, come scandente il ritmo della vita, misurata in 4/4; l'ultima affermazione pone un interrogativo in quanto, essendo l'inizio e la fine collegati cronologicamente, la musica può rappresentare la ritmicità regolare del corso degli eventi, così come il blocco del vivere nelle prime quattro battute. Il determinismo qui irrompe con la sua ferrea logica, nell'eliminare ogni ipotesi di casualità, ma assegnando ad azioni fisiche ed eventi avvenuti il punto cardine dello svolgimento della vicenda, dove, l'elemento rilevante, che fa da ponte tra mente e corpo, tra luogo fisico e metafisico, è il gesto compiuto, con le stesse modalità, nel contare le battute e nel fermare il domino, dove la volontà dell'azione compiuta si pone in identità con la mancanza di volontà stessa.

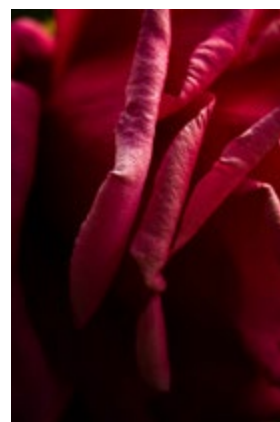
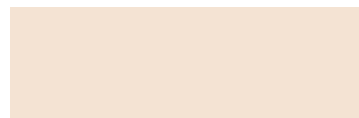
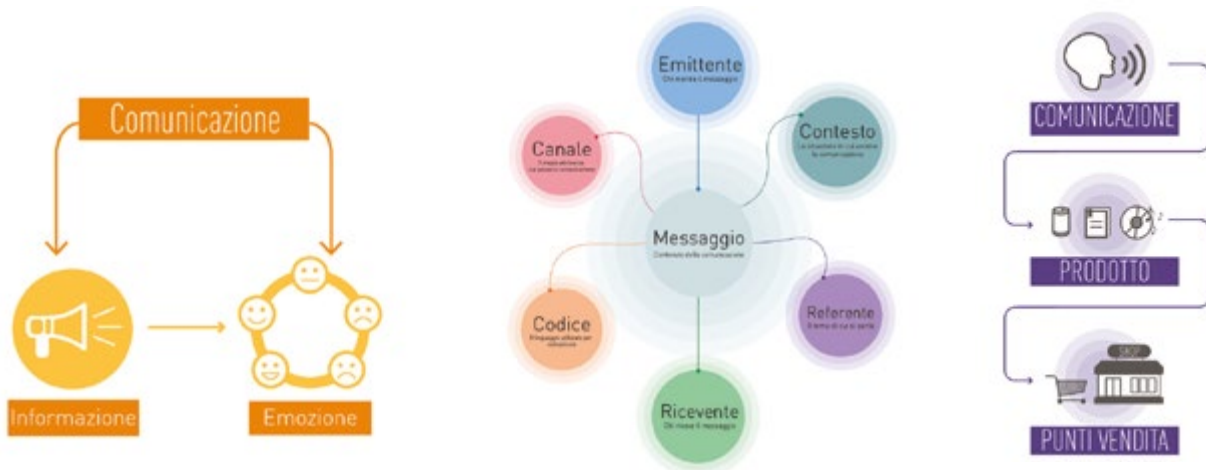
“Educa i ragazzi col gioco, così riuscirai meglio a scoprire l’inclinazione naturale.”

Platone

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

GIOVANNI MEI

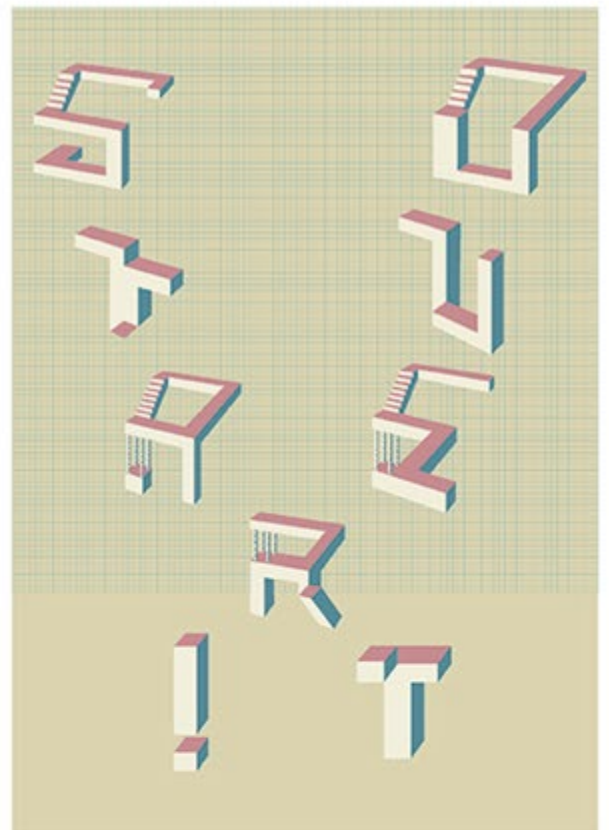
GRAPHIC DESIGNER & ILLUSTRATOR

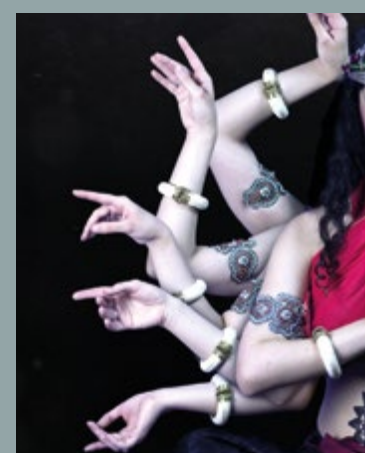
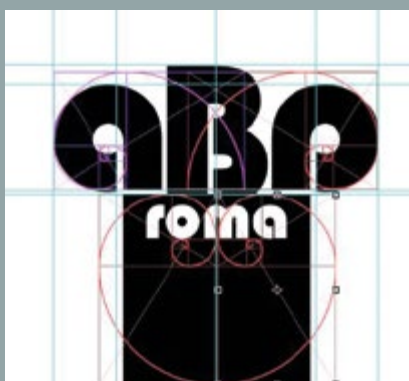
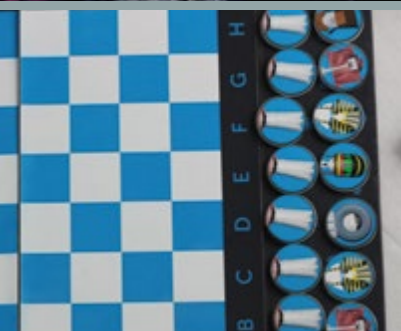
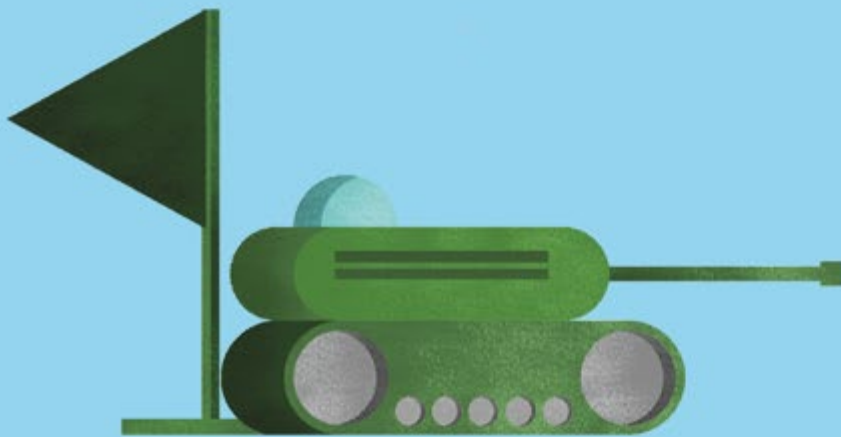
giovannimei91@gmai.com

f Infinite-Lab Bē Giovanni Mei

Rita Colonna
Illustrator
Photographer
Graphic designer
Contacts:
rita_colonna@libero.it
www.facebook.com/ritacolonn
www.behance.net/ritacolonna

vrb
STUDIO ASSOCIATO

THE
Best of
THE
BEATLES

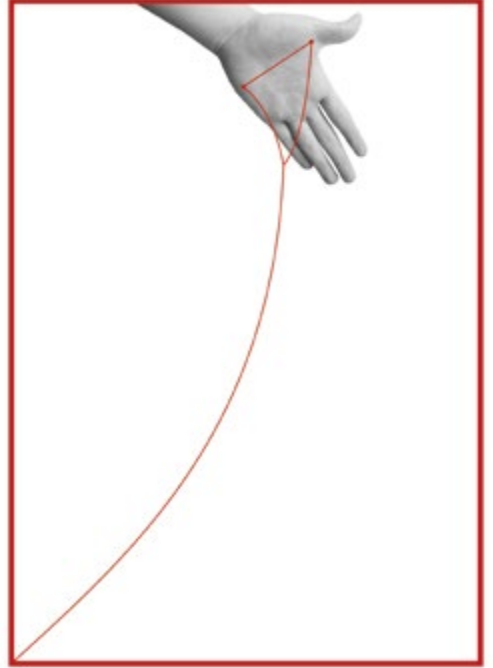
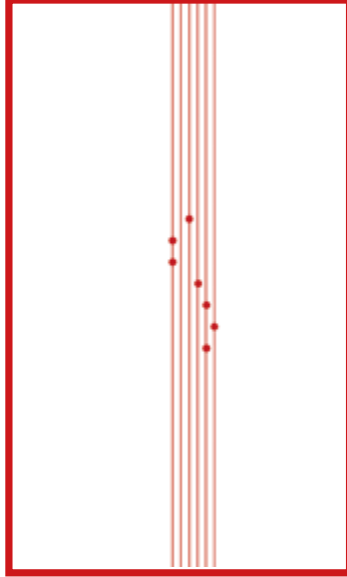
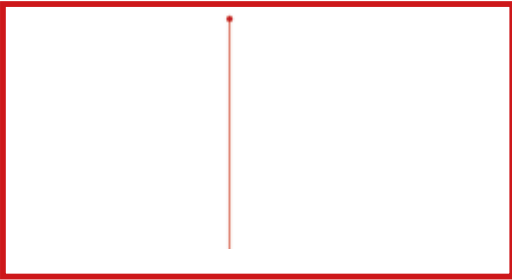
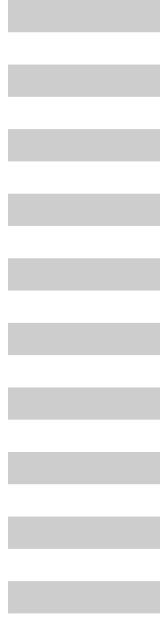
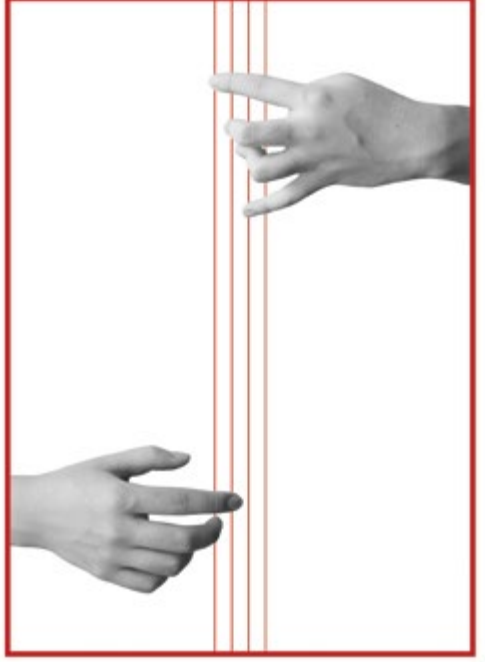
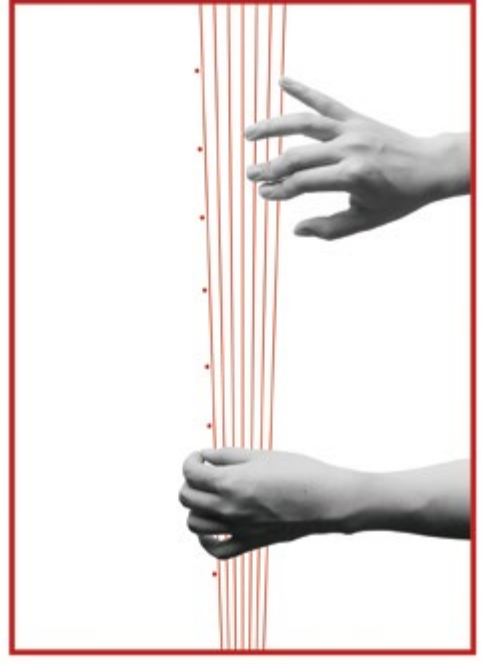
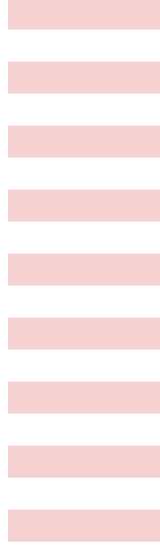
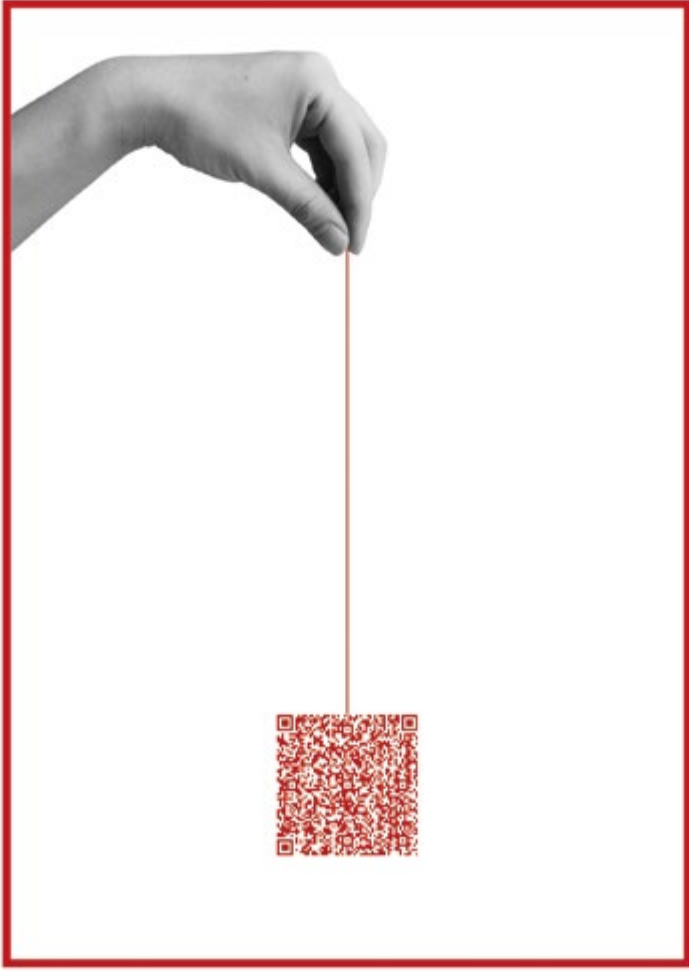
!N sight
START

: Guo Xu
Grafica & Fotografia
guoxu234@hotmail.com

roma
Scarica l'app "Augment" e scansiona il QR per vedere il contenuto interattivo
VALERIA SEDUTA
FUR

ValeriaSeduta
GraphicDesigner
valeria.seduta@gmail.com

DENNY
DENNY.DI.PASQUANTONIO@HOTMAIL.IT
+393482839891
ILLUSTRATORE
GRAFICO EDITORIALE
D M O O D E
B O A R D N N
Y 2 0 1 4 / 5
D . ! I ? P A S
Q U R O M E A N
T O N A B A I O

“Nell’uomo autentico si nasconde un bambino: che vuole giocare.”

Friedrich Nietzsche

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

INTERAZIONI **ELABORAZIONE GRAFICA di** CHAQI XU

INSIGHT NEWS!

È un gioco divertente, creativo e interattivo.

postazione **COLLEGAMENTI**

COME?

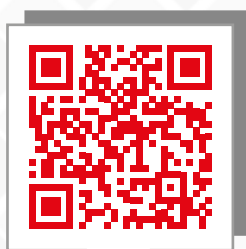
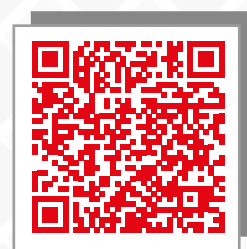
Scegli un colore: ad ognuno è associata una categoria e delle notizie.
Al gioco possono partecipare anche più giocatori divisi in squadre.

FATTO?

Bene adesso hai un obiettivo.
Scopri, esplora, naviga, sfoglia e condividi.
Vince chi nel tempo massimo di 10 minuti esplora tutti i contenuti e condivide le informazioni con il maggior numero di persone.

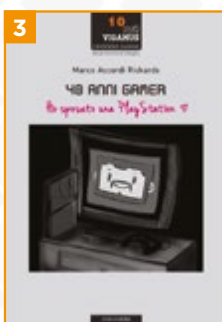
COLORE -SQUADRE

EVENTI

BOOK

NEWS !N sight

NEWS GAME

SALONE INTERNAZIONE DEL LIBRO DI TORINO

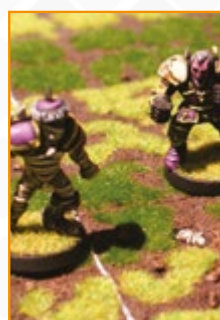
Torna anche quest'anno il festival più atteso nell'editoria, dal 15 al 18 maggio al Lingotto Fiere.

40 ANNI GAMER. HO SPOSATO UNA PLAYSTATION
di Marco Accordi Rickards

Un diario personale sull'esperienza del videogioco...e non solo.

GAME DEVELOPERS CONFERENCE

L'evento più importante nel campo dell'industria dei videogame torna a San Francisco dal 2 al 5 marzo 2015.

EXPOPOLIS
di Off Topic e Roberto Maggioni

Se paragonassimo l'Expo di Milano al gioco Monopoli cosa ne uscirebbe? Semplice: Expopolis!

CAMPIONATO MONDIALE 2015 DI BLOOD BOWL

Il Lucca Comics&Games ospita in esclusiva il Campionato, dal 6 all'8 novembre 2015.

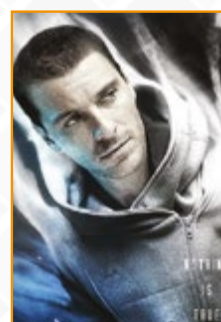
SHENUE. UNA SFIDA SEMIOTICA
di Marco Trabattoni

Un'analisi approfondita di uno dei videogiochi più popolari di sempre.

MASS EFFECT. INTERATTIVITÀ LUDICA E NARRATIVA
di Giuseppe Romano

Il mondo dei videogiochi analiazzato dal punto di vista sociologico.

PAC-MAN. DA VIDEOGIOCO A ICONA CULTURALE
di Fabio D'Anna

Il videogioco diventato storia, cult: ecco spiegato come e perché c'è riuscito.

ASSASSIN'S CREED

L'uscita è prevista per il 2015, e sarà prodotta da Michael Fassbender che interpreterà anche il ruolo del bartender Desmond Miles.

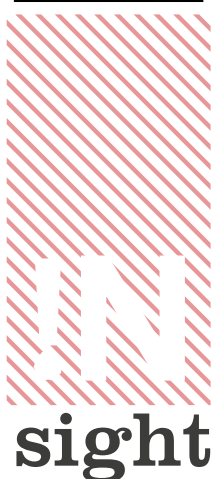
RATCHET AND CLANK

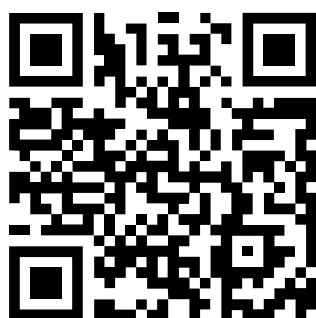
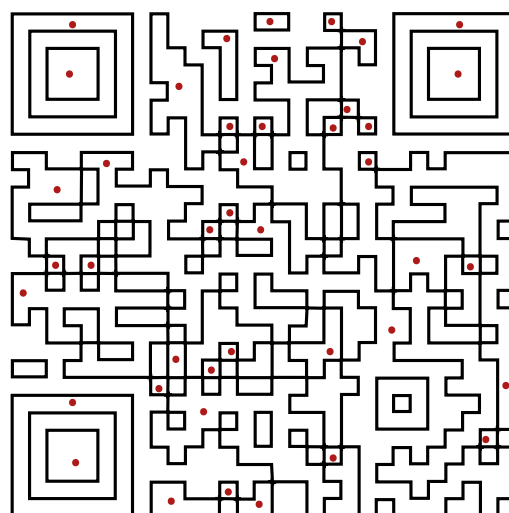
Basato sull'omonima serie di videogiochi, il film d'animazione in 3D uscirà nelle sale nel 2015.

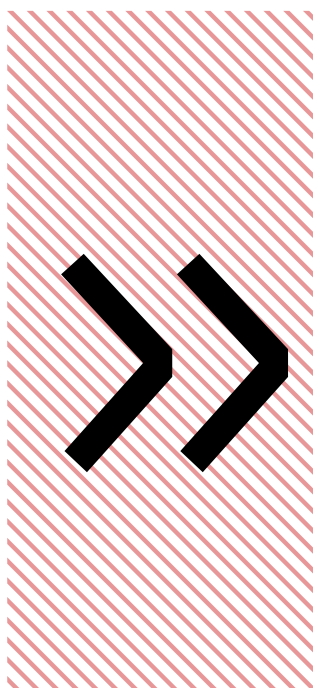
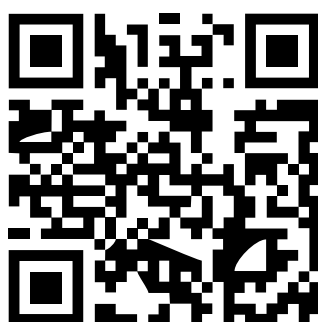
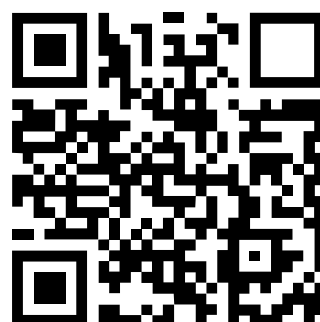
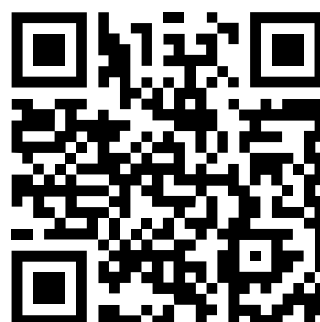
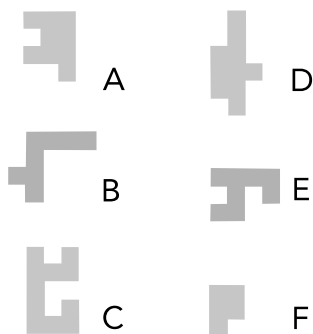
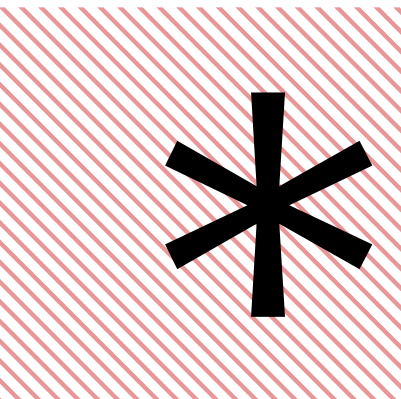
ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO

Tutto pronto per l'E3 2015, organizzato dall'ESA. Si terrà dal 16 al 18 giugno a Los Angeles.

SPAZIO LUDICO

IN sight

1

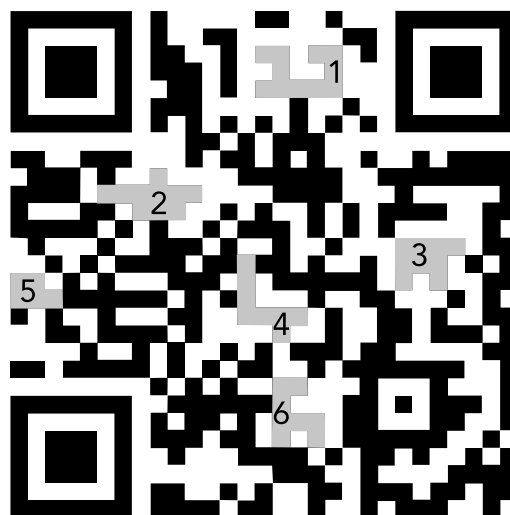
Annerite solo gli spazi segnati con il puntino

2

Solo una riproduzione è uguale all'originale. Quale?

3

Associate lettera
a numero giusto

A D

B E

C F

4

Le cifre all'esterno rappresentano ciascuna un insieme o gruppo di quadretti neri nella riga o colonna corrispondente e il loro valore indica il numero di quadretti da annerire per ciascun gruppo.
I gruppi di quadretti neri sono separati da almeno un quadretto bianco.

線

線

線。

IL FILO ELABORAZIONE GRAFICA di CHAQI XU

ILLUSTRAZIONE DENNY DI PASQUANTONIO

GAME
OVER
Accademia di Belle Arti di Roma